سلسلة العمل بذكاء

كيف تجري عرضاً تقديمياً رائعاً

كارين كاليش

الجمعية الأمريكية للإدارة

مكتبة جرير
JARIR BOOKSTORE
...not just a Bookstore

كيف
تجري عرضاً
تقديمياً رائعاً



سلسلة العمل بذكاء

كيف تجري عرضاً تقديمياً رائعاً

كارين كاليش





المركز الرئيسي:

ص.ب ٣١٩٦	تليفون	٤٦٢٦٠٠٠
الرياض ١١٤٧١	فاكس	٤٦٥٦٣٦٣

المعارض: الرياض

شارع العليا	تليفون	٤٦٢٦٠٠٠
شارع الأحساء	تليفون	٤٧٧٣١٤٠
شارع الأمير عبد الله	تليفون	٢٦٤٥٨٠٧

الخبر

شارع الكورنيش	تليفون	٨٩٤٣٣١١
مجمع الراشد	تليفون	٨٩٨٢٤٩١

الدمام

الشارع الأول	تليفون	٨٣٢٧٤٤١

جدة

شارع صاري	تليفون	٦٨٢٧٦٦٦
شارع فلسطين	تليفون	٦٧٣٢٧٢٧

مكة المكرمة

أسواق الحجاز	تليفون	٥٤٦٠٥١٧

موقعنا على الإنترنت

WWW. **JarirBookstore**.com

الطبعة الأولى

٢٠٠٠

HOW TO GIVE A TERRIFIC PRESENTATION

Karen Kalish



amacom

إهــــداء

المفكرون والادباء ليسوا وحدهم الذين يؤلفون كتبا تُقرأ.

ان اصحاب التـجارب التجارية الناجحة يـحولون الكتابة الى مناهج عمل مـثيرة وممتـعة، وهذا بالضـبط ما تقدمـه هذه السلسلة من الكتب العملية التى اصبحت أكثر الكتب مبيعاً فى العالم حتى الآن .

ويسعد مكتـبة جرير ان تتولى ترجمـة هذه الكتب القيمة، لعـملائها المتميزين .

انها بالفعل كتب جديرة بالقراءة !

عبد الكريم العقيل

جدول المحتويات

المقدمة

لو قدر عليّ أن أفقد كل مواهبي وملكاتي، وكان لي اختيار في أن أحتفظ بواحدة فقط، فلن أتردد في أن تكون هذه هي القدرة على التحدث لأنني من خلالها سأستطيع أن أستعيد البقية بسرعة.

دانيال وبستر

أستطيع أن أتذكر نفسي وأنا في الصف الخامس، حين كنت واقفة لأقدم عرضاً تقديمياً عن شوبان. وحين قلت إنه كان عازف بيانو -ولكنني أخطأت في نطق مقاطع الكلمة- انفجر بقية الطلبة ضحكاً. ولم أفهم في البداية سبب ضحكهم. وبعد ذلك شعرت بأنني جرحت جرحاً كبيراً. ولم أتحدث مرة أخرى أمام جمهور إلا بعد ذلك بأربعة عشر عاماً حين أصبحت مذيعة بالتلفزيون بمحطة CBS بواشنطن، ثم محطة WLS بشيكاغو.

ومنذ ذلك الوقت قرأت كل كتاب وجدته عن فن الخطابة، وجربت كل فكرة جديدة وجدتها، واستبعدت الأفكار التي لم تكن ذات نفع. ومن خلال المحاولة والخطأ استطعت أن أكون أكثر فعالية وتأثيراً كمتحدثة. وبذلك أصبحت أكثر حباً لإلقاء الأحاديث وإجراء العروض التقديمية. لقد كان شيئاً جيداً لأنني أصبحت أتلقى دعوات أكثر وأكثر لإلقاء أحاديث.

تركت شيكاغو وعدت إلى واشنطن حيث كنت منتجة ومذيعة برنامج "إنترتينمينت تونايت" لعامين. ثم تركت هذا العمل لأنزل إلى سوق الأوراق المالية، وأتعلم منها. وفي ذلك الوقت كان تليفوني قد بدأ يرن. "عليّ أن ألقي حديثاً في الأسبوع القادم؛ هل يمكن أن تساعديني؟" ووجدت أنني أستطيع أن أعلم الآخرين الأشياء الكثيرة التي تعلمتها وكنت أطبقها وأمارسها. وهكذا جاء إليّ العملاء بلسان معقود وخرجوا من عندي متحدثين لبقين.

كان لديّ عميلة مثلاً ذات نبرة غاضبة في حديثها، وبعد أن غيرنا هذه النبرة في حديثها أصبحت متحدثة جيدة. وكان هناك عميل -لاعب كرة سابق- يريد أن يستمر في إلقاء الأحاديث عن كرة القدم، مع أنه قد تركها منذ أربعة عشر عاماً! وكان يريد أن يلقي على الناس دروساً فيما يجب أن يفعلوه. وغيرنا حديثه كاملاً وهكذا أصبح الآخرون يرحبون به كثيراً حين يتحدث. وكان هناك عميل ينافس أربعة ممتازين على منصب مدير تنفيذي في شركة مشهورة في كابيتول هيل. وكانت العقبة أن المدير الجديد يجب أن يكون متحدثاً ممتازاً. لم يكن عميلي متحدثاً جيداً ولكننا عملنا معاً لنحسن مهاراته ثم كان أن حصل على العمل. إن قائمة عملائي طويلة وأنا أفخر بهذا. لقد كانوا مندهشين كثيراً لهذه التحولات، وأحياناً كنت أنا أيضاً أشعر بالدهشة.

لقد كان معظم عملائي يتطلعون لإلقاء الأحاديث بعد أن عملنا معاً وتحسنت مهاراتهم. وآمل أن تكون هذه هي حالتكم بعد أن تطبقوا المقترحات التي يتضمنها هذا الكتاب. أتمنى لكم أحاديث علنية موفقة!

ماذا يتضمن هذا الكتاب

ما الذي أعطاني الحق في اقتسام كل لآلئ الحكمة هذه معكم؟ إنها الخبرة. لقد وقفت في جميع الجوانب، فكنت مشاهدة ومحدثة ثم معلمة.

هذا الكتاب يسد الفجوات التي تركتها الكتب السابقة عن الكتابة وإلقاء الأحاديث والعروض التقديمية. وسد هذه الفجوات لا يستطيع أن يقوم به إلا شخص ألقى مئات الأحاديث، مثلي، وعلّم مئات العملاء كيف يكتبون ويجرون عروضاً تقديمية فعالة، مثلي أيضاً.

وأولى هذه الفجوات هي الخطأ الأكبر الذي يقع فيه الكثيرون حين يكتبون حديثاً علنياً: إنهم يكتبون للعين وليس للأذن. وهناك اختلاف كبير بين الكتابة للعين والكتابة للأذن. وأي شخص يكتب حديثاً عليه أن يعرف الفرق قبل أن يكتب الكلمة الأولى، ولكن الكثيرين لا يعرفون ذلك.

تأتي الكتابة للعين حين تكتب مقالاً أو حديثاً أو مفكرة أو ملحوظة، شيء سيقرأ. وتأتي الكتابة للأذن حين تكتب شيئاً ليسمعه الآخرون في التلفزيون أو الإذاعة أو حديث علني أو عرض تقديمي.

وبعض الناس يظن أن أي شيء يكتبونه يصلح كحديث علني. وفي الحقيقة أستطيع أن أجزم بأن أي شيء يُكتب للعين لن يستطيع أن يفهمه الجمهور أو يتذكره. إن هذا الكتاب يقدم لك المفتاح الذي تحول به أي شيء تكتبه للعين إلى حديث علني يمكن أن تلقيه، ويتذكره الجمهور.

ستجد معظم الكتب تنصحك بأن تنظم موضوعك في ثلاث نقاط أو رسائل. هذه إحدى الوسائل لتنظيم المادة. ولكن هناك وسائل أخرى كثيرة يجب أن تعرفها، وكل هذه الوسائل موجودة هنا.

هذا الكتاب يعالج مرحلة الأسئلة والأجوبة في حديثك معالجةً مختلفة عن بقية الكتب. وهذه القضية مهمة جداً، بل هي أهم من الحديث نفسه. يجب أن تجيب على كل سؤال بثقة واحتراف وود. إنك لا تريد أن يكون هناك ولو سؤال واحد لا تستطيع أن تجيب عليه. وهذا الكتاب يتطرق لكل موقف محتمل ويقدم لك الحل، ويعلمك خطوة بخطوة كيف تتعامل مع أي طارئ.

إن كل كتاب يطلب من قارئه أن يمارس، ويخبره بأن الممارسة ستجعله أفضل وأفضل، وهكذا دواليك. ولكن الممارسة تعني أشياء مختلفة للأفراد. بعض الناس يمارس من خلال مراجعة الحديث في رؤوسهم (وبالمناسبة هي طريقة لا تساعد أبداً في الإلقاء). إن هذا الكتاب يقدم لك خمس خطوات مضمونة للممارسة ستجعلك متحدثاً مؤثراً (وذلك في الفصل ٥). أقول خمس خطوات مضمونة.

وهناك جزء آخر فريد في هذا الكتاب يتعامل مع الخوف من المنصة. وهذا الخوف موجود لدينا جميعاً (ومن لا يشعر بالخوف فعليه أن يبحث عن بعض الخوف!) وسوف تجد بكل كتاب فصلاً عن الخوف من المنصة. ولكن القليل من تلك الكتب سيحدثك عن كيفية التعامل مع الخوف دون اللجوء للأدوية.

ويجيب هذا الكتاب عن ثـاني أكثر الأسئلة إلحاحـاً في موضـوع الحديـث: "مـاذا أفعـل بيديّ؟"

هذه هي النواحي الرئيسية التي يختلف فيها هذا الكتـاب عـن غـيره، وهـي غـير هينـة. بالإضافة إلى أن الكتاب يحتوي على عشرات المقترحات والإشارات والأفكـار القيمـة الـتي لن تجدها في أي مكان آخر. سـتتعلم كيـف تتجنـب عشـر محظـورات كـبرى في العـروض التقديمية:

الأخطاء العشر في الأحاديث العلنية السيئة

١. عدم وضوح الغرض أو الهدف.
٢. الإطناب في المعلومات.
٣. الكتابة للعين (للقراءة) وليس للأذن (للاستماع).
٤. قلة التنظيم.
٥. عدم وجود إحساس: كتابة فاترة وإلقاء فاتر.
٦. عدم استخدام لغة الجسد.
٧. عدم وجود قصص وأمثلة كافية (لا تستطيع أن تجد قصصاً وأمثلة كثيرة).
٨. عدم تلبية احتياجات الجمهور.
٩. ملابس غير مناسبة، كرباط عنق فاقع أو ما إلى ذلك.
١٠. انعدام أو قلة التواصل بالعين.

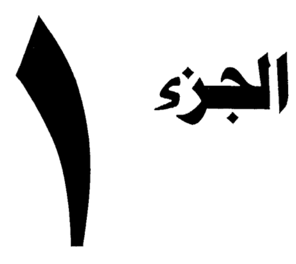
إن مجرد قراءة هذا الكتاب لن تجعلك متحدثاً رائعاً مؤثراً، تمامـاً كمـا لـن تجعلـك قـراءة كتاب عن التنس لاعباً عظيمـاً. فـالتعلم الحقيقـي يحـدث حـين تكـون في الملعـب ممسـكاً بالمضرب، بل ومن الأفضل أن يكون معك مدرب. سوف تتعلم فعلاً حين تطبق مـا تعلمتـه هنا، كيف تكتـب لـلأذن، وكيـف تسـتخدم الخطوات الخمـس، وكيـف تسـتخدم يـدك

بفاعلية، وكيف تتعرف على الخوف وتقبله وتتعامل معه، وكذلك عدد ضخم من الأفكار والمقترحات التي تتلألأ في هذا الكتاب. وهذه الأفكار والمقترحات جُربت من قبل وظهرت جدواها عند مئات الأفراد.

إذا كنت تكره الوقوف أمام الجمهور للتحدث، أو كنت لا تعرف كيف تكتب أو تلقي حديثاً، أو كنت تشعر بخوف شديد، فإنك تحتاج لهذا الكتاب.

وإذا كنت تلقي أحاديث جيدة وتحتاج لتحسينها، فإنك تحتاج لهذا الكتاب. وإذا كنت تعتقد أنك تقوم بكل شيء على ما يرام، ولكنك تشعر بأن هناك شيئاً مفقوداً، أو كنت لا تلقى إطراءً، فإن هذا الكتاب سيساعدك.

وإذا كنت تكتب الحديث ثم تتلوه على الجمهور، ولكنك تريد أن تدون ملحوظات فحسب ثم ترتجل أنت في الإلقاء، أو إذا كنت ترتجل بالفعل عن طريق الملحوظات ولكنك تشعر بكونك مستعداً للتخلي عن الملحوظات والارتجال طوال الوقت، فإن هذا الكتاب سيساعدك في ذلك.



الإعداد للعرض التقديمي

إن الخطيب العظيم هو من يقف ليتحدث إلى الجمهور دون أن يعرف ماذا سيقول، وحين يتحدث لا يعرف ماذا يقول، وحين يجلس لا يعرف ماذا قال.
—ونستون تشرشل

إن الأحاديث والعروض التقديمية هي أسوأ ما تم معالجته من أشكال التواصل. وفي الغالب تجدها مملة أو طويلة أو غير منظمة، ومن الصعب أن تتابعها. وليس من المفروض أن تكون هكذا. بل لا يجب أن تكون هكذا. إن الحديث أو العرض التقديمي الجيد يمكن أن يقوي

صورتك، بينما الحديث أو العرض التقديمي المتواضع يمكن أن يشوه هذه الصورة، ويصبح فرصة ضائعة.

إن المخ يبدأ في العمل منذ لحظة الميلاد، ولا يتوقف إلا حين تقف لتلقي حديثاً أمام الجمهور.

إن الحديث الجيد طريقة ممتازة لتوصيل رسالة. إنه فرصة للتحدث بطريقة منظمة مدروسة حيث تذكر النقاط التي تريد ذكرها وتترك ما تريد أن تتركه. إنه فرصة كي تجد سوقاً لأفكارك وقضاياك ومنتجاتك وخدماتك وشركتك أو منظمتك أو صناعتك. ويمكن أن يكون أيضاً فرصة كي تشتهر كمفكر -شخص يعرف ما يتحدث عنه- أو كفاعل، شخص يميل إلى التصرف وإنجاز الأمور. وحين تكون متحدثاً جيداً فإن ذلك يتيح لك جمهوراً أكبر وفرصاً أكثر. إن المتحدثين العظام يأسرون ويسيطرون على انتباه الجمهور.

يقول ديل كارنيجي أستاذ أساتذة الخطابة: المتحدث يحتاج لثلاثة أشياء:

١. أن يكتسب حق التحدث في الموضوع.
٢. أن يكون لديه قناعات ومشاعر عميقة تجعل عينه تلمع وتجعل صوته يفيض بالمشاعر، أو بما يسميه البعض بالعواطف.
٣. أن يكون لديه أمثلة وقصص وتشبيهات كثيرة توضح موضوعه ورسالته.

يمكنك أن تكون متحدثاً بارزاً ومؤثراً وقوياً. ويمكنك أن تتخلى عن الحماس والتسلط والمصداقية. ولكن ذلك يتطلب وقتاً ورغبة كي تتفحص كتابتك وإلقاءك، وتمارس وسائل جديدة في الكتابة وإلقاء حديث.

والخطوة الأولى لكي تصبح متحدثاً عظيماً في العروض التقديمية أن تنشئ عرضاً تقديمياً، وهو أمر ليس معقداً كما تظن. الأمر بسيط جداً، فالعرض التقديمي الجيد يتضمن العناصر التالية:

١. افتتاحية تجذب الجمهور.
٢. موضوع منظم بطريقة منطقية سهلة الفهم، به قصص وأمثلة وتشبيهات كثيرة.

٣. فاصلات – عبارات تنقل الحديث إلى الأمام (مثلاً ... كنا نتحدث عن الشمال، لنتحدث الآن عن الجنوب).

٤. جمل قصيرة.

٥. كلمات سهلة.

٦. خاتمة مدهشة.

٧. ثم تعرف كيف تجيب على أسئلة المستمعين إذا كان هناك وقت مخصص للأسئلة والإجابات.

وللأسف، ليس هناك طريق مختصر لتصبح متحدثاً جيداً. أقولها مرة أخرى، ليس هناك طريق مختصر لتصبح متحدثاً جيداً. إن الإجادة تعتمد على الإعداد.

الفصل ١

جمع المعلومات

لو أنني سأتحدث لعشر دقائق، فإنني أحتاج إلى أسبوع للإعداد. ولو أنني سأتحدث لخمس عشرة دقيقة، فإنني أحتاج لثلاثة أيام. ولو أنني سأتحدث لنصف ساعة، فإنني أحتاج ليومين. وإذا كنت سأتحدث لساعة، فأنا جاهز الآن.

ودرو ولسن

عدة أسئلة أساسية يجب أن تسألها

قبل أن تكتب أو تقول الكلمة الأولى، وقبل أن تجري البحث أو تنظم حديثك، تحتاج إلى إجابات على هذه الأسئلة الرئيسية:

١. لمن تتحدث؟ من جمهورك؟

٢. ما الذي تريد أن يعرفه المستمع، ويفعله، ويشعر به، ويفكر فيه بعد أن يسمعك؟ ما الذي تريد أن تحققه؟ ما الذي تريد أن يخرج به مستمعوك؟ ما الذي يحتاج أو يريد أن يعرفه المستمعون، أو لماذا دعوك؟

لمن تتحدث؟

من الأمور الأساسية أن تعرف لمن تتحدث. حاول أن تعرف كل ما يمكنك أن تعرفه عن الجمهور (الشكل ١). وكلما عرفت عنهم أكثر، أصبحت أكثر قدرة على التواصل معهم.

يجب أن تعرف ما إذا كان المطلوب من عرضك التقديمي هو شرح القضية أو الموضوع أو توضيح التطورات الحالية أو تقديم خلفية عن الموضوع، أو كل هذه الأمور. إن معرفة

جمهورك سوف تؤثر على كلماتك التي تستعملها. فقد تستخدم مثلاً لغة اصطلاحية مع العمال وزملائك في العمل، ولا تستخدمها مع من ليست لديه معرفة أو لديه معرفة بسيطة بعملك. ولو كان روس بيروت يعرف جيداً مستمعيه حين كان يلقي حديثاً أمام الجمعية الوطنية لتطوير الملونين في ١٩٩٢، لم يكن ليقول "أيها الناس...".

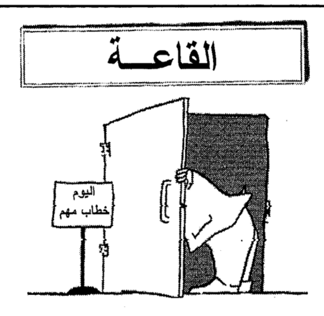
الشكل ١: اعرف كل ما يمكن أن تعرفه عن جمهورك.



إن معرفة مواقف جمهورك وكذلك العمق المعرفي لديهم سوف يساعدك على تنظيم حديثك. سوف تعرف كذلك أي سلوك يجب أن تتميز به: هل يجب أن تبدو عملياً ومحترفاً؟ مهذباً ومتكلفاً؟ اجتماعياً وواقعياً؟

عند الإمكان، ألقِ نظرة على القاعة التي ستلقي فيها الحديث (شكل ٢). أما إذا كانت في مكان آخر، فحاول أن تعرف عنها كل ما يمكن أن تعرفه من منظم اللقاء، وحاول أن تزور المكان إذا كان هذا ممكناً، فمن الجائز أن يكون فيها شيء تاريخي أو ملهم تشير إليه في حديثك. وإذا كنت قصيراً، فربما تحتاج إلى صندوق لتقف عليه. وإذا كان الحديث في وجود إعلام فلا تقل أي شيء لا تريد أن تسمعه في التلفزيون أو الإذاعة أو تراه في الصحف. فكل كلمة ستقولها ستحسب عليك.

الشكل ٢: اطلع على مكان الحديث.



قائمة١: أسئلة تسألها لمصدر المعلومات حين يكون لديك عرض تقديمي

كي تعرف عن جمهورك كل ما يمكن أن تعرفه، اسأل المضيف الأسئلة التالية. وبعض هذه الأسئلة يناسب العروض التقديمية الداخلية وبعضها يناسب العروض التقديمية الخارجية.

١. من سيكون حاضراً (المناصب الوظيفية) وأي الأقسام؟ ______________________

____

٢. ما العلاقة بين الحاضرين وموضوعك؟ ______________________

____

٣. هل اللغة المتداولة بهذا القسم تختلف عن اللغة المتداولة بقسمك؟ ______________

____

٤. ما المدة التي يجب أن يستمع خلالها الجمهور لك؟ ______________________

____

٥. أي الأساليب قد اعتادوا عليه؟ (بعض الشركات مثلاً تستخدم دائماً جهاز الأوفر هيد بروجيكتور) ______________________

٦. اسم المنظمة الراعية: ________________
وما عملها؟ ________________

٧. حجم الجمهور المتوقع: ________________

٨. السن (المتوسط): ________________

٩. النوع: ________________

١٠. الجنس أو الدين: ________________

١١. الوظائف: ________________

١٢. مستوى التعليم: ________________

١٣. الأصول القومية: ________________

١٤. المستوى الاجتماعي الاقتصادي: ________________

١٥. الاهتمامات: ________________

١٦. كيف ستكون ملابس الجمهور؟ (أربطة عنق سوداء؟ حلل رسمية؟ أم ملابس خفيفة؟) ________________

١٧. اعرف ما إذا كان الجمهور متعاوناً؟ ودوداً؟ محايداً؟ عدوانياً؟ ________________

١٨. هل الجمهور هناك باختياره أم رغماً عنه؟ ________________

١٩. ما مدى معرفة الجمهور بالموضوع؟ ________________

ومعرفة إجابات هذه الأسئلة قبل أن تكتب العرض التقديمي ستجعله أكثر نفعاً ويسراً وملاءمةً.

قائمة ٢: أسئلة أخرى يجب طرحها حين يكون لديك عرض تقديمي

وإجابات هذه الأسئلة يمكن أن تساعدك في وضع أهدافك، وفي معرفة تجهيزات الحجرة، وما سيأتي بعدك وقبلك، وتوزيع النشرات والآليات الأخرى المتاحة للعرض. حاول أن تسأل كل الأسئلة المناسبة لحالتك.

١. لماذا طلبوا منك أن تقدم هذا العرض؟____________________

٢. ما الذي من المفروض أن تتحدث عنه؟ ____________________

٣. وما الوقت؟ (اليوم والساعة) ____________________

٤. أين ستلقي حديثك (في قاعة، في صالة، في مسرح، في مطعم، في حجرة كبيرة أم صغيرة؟)____________________

٥. ما الهدف من اللقاء؟____________________

٦. ما البرنامج أو النسق التنظيمي؟ ____________________

٧. ما نظام القاعة؟ (هل تفضل شيئاً معيناً مثل الطاولات المستديرة أو وضع الكراسي على هيئة كراسي المسرح؟ أخبر الشخص المسئول عن ذلك)____________________

____

٨. ما الوقت المتاح لك؟ ____________________

٩. هل تحتاج إلى ميكروفون؟ ________ إذا كان الأمر كذلك، فهل سيكون الميكروفون:

على حامل؟ ________

يمكن حمله باليد؟ ________

معلقاً في ملابسك؟ ________

لاسلكياً؟ ________

تستطيع أن تطلب ما تريد.

١٠. ما ترتيب الظهور (من وماذا سيسبق عرضك؟ ومن وماذا سيأتي بعدك؟)________

____

١١. هل أنت جزء من هيئة؟____________ إذا كان الأمر كذلك، فمن الوسيط؟ (انظر الفصل ٦)

____________________ تليفون: ____________________

١٢. هل هناك متحدثون آخرون؟________ من هم وما موضوعاتهم؟ ________

____

١٣. هل ستكون هناك فقرة للأسئلة والأجوبة؟______ (إذا كان موعد الفقرات غير موضح بخطة العرض فاطلب ذلك) ما مدتها؟______

١٤. هل سيقدمك شخص؟ ______

الاسم: ______

رقم التليفون: ______

رقم الفاكس: ______

١٥. هل هو لقاء إفطار أم غداء أم عشاء؟ هل مسموح بالمشروبات؟ ______

١٦. هل سيكون هناك صحافة؟______

١٧. ما ترتيبات الانتقال والسفر؟ ______

١٨. هل ستكون هناك مكافأة أو أتعاب؟ ______

هل سيكون هناك شيك أو عليك أن ترسل فاتورة؟ ______

١٩. إذا كانت لديك نشرات، فكم نسخة ستحتاج إليها؟ ______

وفي أي وقت من العرض تحتاج إلى توزيعها؟______

٢٠. هل هناك ترتيبات لمرافق؟ ______

٢١. هل تحتاج لجهاز معين (جهاز عرض الشرائح، جهاز فيديو كاسيت، جهاز أوفر هيد بروجيكتور)؟ (حاول أن تكتب ما ستطلبه)______

٢٢. هل ستحتاج لصندوق لتقف عليه حتى يراك الجميع وأنت تلقي الحديث؟ ______

الهدف: ما الذي تريد أن يعرفه الجمهور

الحديث هو رحلة بهدف ولابد من رسمها على ورق. إن الشخص الذي يخرج دون أن يحدد وجهته، لن يصل إلى أي مكان في الغالب.

ديل كارنيجي

الهدف هو ما جعلك تجري هذا العرض التقديمي. وهو إما:

أ. ما تريد أن يعرفه الجمهور أو يفكر فيه أو يشعر به أو يتذكره، أو...

ب. ما يريد الجمهور أن يعرفه –سبب دعوتهم لك– أو...

ج. كلاهما. هل تريد أن يعرف الجمهور أن المبيعات كانت منخفضة في الربع عام الماضي؟ هل تريده أن يشعر بالفخر لأنه يتبرع لمنظمتك التي لا تهدف إلى الربح؟ هل تريده أن يؤمن بأن اتهامات الرشوة والفساد التي وجهها بعض أفراد مكتبك بها بعض الحقيقة؟ هل تريده أن يوقع على التماس أو يصوت لمصلحة جهة معينة؟

هدفك هو وجهتك. إذا لم تكن تعرف إلى أين أنت ذاهب، فبالطبع لن يعرف المستمع ذلك. إذا لم تكن واضحاً بخصوص ما تريد أن يعرفه المستمع ولا تستطيع أن تكتبه أو تقوله في جمل قصيرة نسبياً، فإن المستمع لن يفهمك.

إن معرفة الهدف أمر أساسي. فهو يعطيك إحساساً واضحاً باتجاهك، وهو يساعدك –إذا أردت– على التركيز على الموضوع واستبعاد المعلومات الزائدة. إنه يخبرك (ويخبر الجمهور) بمكانك وإلى أين أنت ذاهب.

وحتى تكتب هدفك، أكمل هذه الجملة: "من خلال حديثي أريد المستمع أن ______

____

وفيما يلي بعض الأمثلة لأهداف فعالة:

أن يعلموا أننا جديرون بالتبرع لأن لدينا رؤية وأهدافاً، كما أننا منظمون ونستطيع أن ننجز أعمالنا (هدف حديث علني لمدير إحدى المنظمات غير الهادفة للربح، لجمع تبرعات دون عائد لجمهور من المستمعين أصحاب المؤسسات التي تقدم التبرعات للجمعيات غير الهادفة للربح).

أن يعرفوا ما يحدث في واشنطن ويؤثر على صناعتهم (هدف حديث علني لرئيس شركة من واشنطن في الاجتماع السنوي لإحدى النقابات).

أن يعرفوا كيف سيحقق قسمنا أهدافه في العام التالي (هدف حديث علني لرئيس قسم للإدارة العليا بشركة كبرى).

وبمجرد أن تحدد هدفك، ستجد كل جملة وكل فقرة مرتبطة به. إنها الطريقة الوحيدة التي ستجعل الجمهور يتابعك ويستوعب رسالتك.

البحث

لا توافق أبداً على إلقاء حديث عن موضوع لا تعرف عنـه شيئاً، أو تعـرف عنـه القليـل، مهما كان المبلغ الذي سيُدفع لك، ومهما كان ما تعتقد أنك ستجنيه من ورائه. إذا لم تكن خبيراً، فلن تستطيع أبداً أن تجتهد في البحـث لتبـدو كخبـير. وإذا اسـتطعت أن تجتـهد وتبحث في الموضوع، فإنك لن تستطيع أبداً أن تشعر بالارتياح بحيث يخرج حديثك مفعماً بالتمكن والمصداقية كما عند الخبراء الحقيقيين. من الأفضـل لـك أن تتمسـك بالموضوعـات التي لك خبرة بها.

وبالرغم من ذلك، فإن الخبراء أنفسـهم يحتـاجون أحيانـاً إلى البحـث. وفي هـذه الحالـة، حاول أن تعرف كل شيء يمكن أن تعرفه عن الموضــوع، حتـى وإن كنـت لـن تسـتخدمه. راجع كل الملفات المتعلقة بموضوعـك، وتحـدث مـع الموظفين ذوي الصلـة بـهذا الموضـوع أو المشروع عند الإمكـان. تعمق في موضوعـك، واجعلـه يسكن في داخلـك، لأن هـذه هـي الطريقة الوحيدة الـتي سـتمكنك مـن توصيـل موضوعـك إلى جمـهورك. اسـتعن بالإنـترنت وبرودجي وأمريكا أون لاين وكومبيوسيرف، اسـتخدم قواعـد البيانـات الآليـة، اذهـب إلى مكتبات الهيئات والجامعات، واكتب إلى النقابات واقرأ الكتـب والكتيبـات، والأحـاديث العلنية الأخرى، والمقالات في الصحف والمجلات التي تتحدث عـن موضوعـك، وتحـدث مع الخبراء. ففي الغالب، كلما عرفت أكثر، أصبحت أكثر إحساساً بالموضوع وكنت أكـثر تحمساً. وكلما استطعت إظهار هذا الإحساس والتحمس، كانت فرصتك أعظـم في التواصـل مع جمهورك والتأثير عليهم.

دُعيّ خبير في الكمبيوتر على علم بالأجهزة والاتجاهات والمعالجات الدقيقة لإلقـاء حديـث على نقابة تعليمية مهتمة باستخدام الكمبيوتر في أغراض التعليم. وكـان هـذا الخبـير علـى علم بوجه عام باستخدامات الكمبيوتر في حجرة الدرس، ولكنه كان يجــهل مـا يجـري في هذه الولاية بالذات. وقال لنفسه: لا يهم، ما عليه سوى أن ينقح حديثه الذي ألقاه الشهر الماضي أمام شركة كبرى عن الكمبيوتر.

ولكنه بعد زيارة خبير في إلقاء الخطب والأحاديث عـدل مـن خطتـه، وبـدأ في البحـث في موضوع اسـتخدام الكمبيوتـر في الأغـراض التعليميـة. فـاتصل بشركـات الكمبيوتـر وبنقابـة

المعلمين، وحصل على بعض برامج الكمبيوتر المعدة للطلاب. وكان رائعاً، وتكررت الدعوة لنقابات تعليمية أخرى بالولايات الأخرى. وهو الآن ينفرد بتأثيره القوي على استخدام الكمبيوتر في أغراض التعليم بالولايات المتحدة.

إذا كنت ستقوم بإلقاء مجموعات خطب وأحاديث في نفس الموضوع أو في موضوعات متقاربة، فليكن لديك ملف تجمع فيه الأفكار والقصص اللطيفة والاستشهادات والفكاهات وقصاصات المعلومات والكلمات المؤثرة. وتذكر أن تلك الأشياء التي لا تستطيع استخدامها ربما تحتاجها في المستقبل. لقد كان فولتير يحمل في معظم الوقت مفكرة يدون فيها كلمات وأفكاراً يستخدمها في خطبه.

قائمة ٣: أنشئ مفكرتك الخاصة

هل هناك قصة تجدها لطيفة كلما حكيتها؟ اكتبها هنا حتى لا تنساها.

____

____

____

هل سمعت قصة طريفة أو فكاهية أو ملحوظة أو استشهاداً ونسيت أن تكتبه؟ اكتبه الآن.

____

____

____

____

بعد أن تقوم بعملية البحث، اقرأ المادة بهدف تنظيمها على نحو يجعل المستمع قادراً على متابعتك.

الفصل ٢

وضع مخطط تمهيدي للعرض التقديمي

بعد أن تكمل عملية البحث تصبح الخطوة التالية في الإعداد للعرض التقديمي هي وضع مخطط تمهيدي أو خطة للعرض. وخلال هذه المرحلة تضع الإطار العام والمحتويات وتحدد أسلوب العرض. ولكنك في هذه المرحلة لا تضع الكلمات الحقيقية التي ستستخدمها، فهذه خطوة تالية.

والهدف من الأحاديث العلنية هو:

- الإقناع، وهذا يشمل التحفيز والتسويق للأفكار ودفع المستمع إلى القيام بما تريده أو معرفته أو التفكير فيه.
- الإخبار، وهذا يشمل التعليم وإحياء الذكرى والتنوير.
- التشويق، وهذا يشمل جذب انتباه الجمهور وتسليتهم والترفيه عنهم. حاول ألا تقع في أي خطأ؛ فحديثك العلني يعد أداءً، وعليك أن تجتذب انتباه الجمهور طوال الوقت.

يجب أن تكون معلوماتك مرتبة بحيث يسهل متابعتك. أما إذا وقفت وقلت ما يخطر على بالك، فإن هذا معناه تشويش المستمع وعدم وصول أي رسالة إليه.

وسائل التنظيم

هناك وسائل عديدة لتنظيم مادتك. يجب أولاً أن تختار أكثر المواد ملاءمة لهدفك وللمعلومات التي تريد أن توصلها. وأول ثلاث وسائل فيما يلي هي الأكثر شيوعاً.

الترتيب التاريخي أو التعاقبي

وأنت في هذه الطريقة تصف ما حدث أولاً، ثم الذي يليه، ثم الذي يليه وهكذا دواليك. أي إنك ترتب معلوماتك في ضوء الماضي، الحاضر، المستقبل: أين كنت، وأين أنت الآن،

وأين ستصبح. وهناك تنويع على هذا الترتيب. وهو الحاضر، الماضي، المستقبل، حيث تصف أين أنت الآن، وأين كنت أو كيف وصلت إلى هنا، ثم أين ستكون. وهذه طريقة جيدة لجمع التبرعات لمؤسسة غير هادفة للربح.

الحاضر: مركز سارة، وهو دار لرعاية كبار السن من محدودي الدخل ...
الماضي: ولكن الأمر لم يكن كذلك في الماضي. ففي عام ١٩٨٠ ...
المستقبل: ولكن هذا لا يكفي؛ لأن هذا المركز يحتاج كي يفي باحتياجات كبار السن من الفقراء إلى ...

تقنية الثلاث نقاط

إحدى أسهل الوسائل لتنظيم المادة هي تقسيم الموضوع لثلاث نقاط أو محاور. إن المستمع يستطيع أن يستوعب ثلاثة محاور، ولكن ليس أكثر. وكانت الثلاثة محاور للصحفي الذي تحدث عن الكمبيوتر في النقابة التعليمية للولاية هي:

١. تكنولوجيا الكمبيوتر أمس واليوم وغداً، ويشمل ذلك الاتجاهات السائدة في كل فترة
٢. أين المدارس الآن من استخدام الكمبيوتر
٣. ما المطلوب لإدخال الكمبيوتر إلى الفصل على نحو أكثر

وربما يحتاج مدير المستشفى أن يتحدث عن:

١. الرعاية: الرعاية التي يتلقاها المرضى
٢. البحث: البحث الذي يتم في المستشفى، والذي أدى إلى تقدمها
٣. التعليم: ماذا يعني أن تكون المستشفى مستشفى تعليمياً

تقنية المشكلة، السبب، الحل

إذا كانت هناك مشكلة، أو كنت تريد أن تقنع أو تحث المستمع (ألا) يفعل شيئاً ما، فإنك تحتاج إلى شرح المشكلة وتوضيح أسبابها وعواقبها، أو الدليل على وجهة نظرك ثم الانتهاء بوضع حل. وهو في الغالب دعوة للقيام بفعل ما، أو وصف لما تريد المستمع أن يقوم به. ولابد هنا أن تحدد موقف الجمهور وموقفك من القضية قبل أن تستخدم هذه التقنية.

المشكلة : الشباب والمخدرات.
السبب : المجتمع وقلة الرقابة من الأبوين.
الحل : وكالات لإعادة تأهيل المدمنين وتعليم الوالدين.

المشكلة : الرفاهية.
السبب : البرنامج الحالي جعل الناس معتمدين على نظام بدأ كإجراء مؤقت لسد العجز، ولكنه استمر لستين عاماً.
الحل : إصلاح اقتصادي يتضمن تدريباً على العمل ورعاية يومية.

تقنية الاستدلال المنطقي

يستخدم الاستدلال المنطقي للتأثير على الجمهور، حيث يتم تقديم الحقائق وعلاقاتها بعضها ببعض خطوة بخطوة حتى يتم استخلاص النتيجة المطلوبة. مثلاً :

الحقيقة : زيادة عدد المشردين بالمدينة.
الحقيقة : حاجة المشردين للمساعدة.
الحقيقة : من الممكن القضاء على التشرد.
الحقيقة : وكالتنا تساعد المشردين.
النتيجة : بمساعدتنا ، يمكن أن يحصل هؤلاء المشردون على مأوى (فلتتبرعوا لمنظمتنا).

تقنية المقابلة والمقارنة

هذا المنهج البسيط يوضح أوجه التشابه والاختلاف بين قضيتين أو حدثين أو جماعتين مثل الجمهوريين والديمقراطيين، أو ١٩٥٦ و ١٩٩٦.

تقنية الترقيم

واستخدام هذه الطريقة في تنظيم عرض تقديمي يتطلب تقسيم معلوماتك إلى بنود يمكن وضعها في قائمة : مثلاً هناك خمسة أشياء يجب أن تعرفها عند بدء شركة جديدة، أو هناك ثلاثة أشياء يجب أن تعرفها قبل أن تتزوج، أو هناك سبعة أشياء يجب أن تعرفها قبل إعادة تنظيم الشركة.

التقنية الأبجدية

في عـرض تقديمـي أمـام جمـهور جـاء ليتسـلى ويتعلـم كيـف يلقـي الأحـاديث العلنيـــة، استخدمت سيدة حروف كلمة Presentation لتوصيل رسالتها:

P ______ Practice الممارسة

R ______ Read your audience قراءة الجمهور

E ______ Ear, not eye الأذن لا العين

S ______ Short words, short sentences الجمل القصيرة والكلمات القصيرة

E ______ Examples الأمثلة

N ______ Never be boring لا تكن مملاً

T ______ Transitions الانتقالات من نقطة لأخرى

A ______ Answers and questions الأجوبة والأسئلة

T ______ Time الزمن

I ______ Introduction التمهيد

O ______ Openings and closing المقدمة والخاتمة

N ______ Nervous, stage fright العصبية أو الخوف من المنصة

تقنية "أوريو" الرأي، البحث، الأمثلة، الرأي

هذه التقنية تستخدم البحث والأمثلة لتأييد رأي يشكل إطار العرض التقديمي:

الرأي: يجب أن يكون هناك نظام تقنيـــني لعـروض التلفزيـون في محاولـة لتقليـل العنـف الذي يراه الأطفال في التلفزيون.

البحث: أوضحت الدراسات أن هناك علاقة بين ما يراه الأطفال في التلفزيون (وفي الأفـلام السينمائية) وما يفعلونه في الشارع.

أمثلة: اذكر قصصاً وتفاصيل وتوضيحات وبراهين تؤكد بحثك.

الرأي: يجب أن يكون هناك نظام تقنيـــني لعـروض التلفزيـون في محاولـة لتقليـل العنـف الذي يراه الأطفال في التلفزيون.

القصص

بعد أن تحدد طريقة تنظيم العرض، تحتاج إلى اختيار قصص وأمثلة وحكايات وتشبيهات لتوضيح النقاط المهمة. ومهما ذكرت من هذه القصص، فلا بأس. إن المستمعين يحبون القصص، وسوف يتذكرونها لمدة أطول من أي شيء آخر في حديثك.

وسوف يشعر المستمع بود أكبر تجاهك إذا كنت تحكي له شيئاً يمسه شخصياً. ويمكنك أن تكون مجادلاً، ولكن تجنب أن تبدي أي احتقار. وعموماً، حاول أن تحكي قصصاً عن موضوعات تكون مألوفة للجمهور. فإذا كنت تحكي قصة عن الزراعة، فسوف تكون ذات تأثير على الفلاحين أو أصحاب الأعمال المرتبطة بالزراعة أكثر من تأثيرها على مجموعة من المحاسبين من المدينة. حاول أن تتجنب تقليد اللهجات والنبرات إذا لم تكن متقناً لذلك، واحرص على تجنب السخرية. ولا تحكِ قصة لم تتدرب عليها أو لا تعرفها جيداً.

كان هدف هيلاري كلينتون في معظم أحاديثها خلال فضيحة وايتووتر أن تكسب (المزيد من) تأييد الجمهور. وفي ١٩٩٦ في عيد فلانتين بواشنطن في احتفال كانت تحضره خمسمائة امرأة، حكت هيلاري قصة كانت قد ذكرتها قبل ذلك بأسبوع أمام ألف امرأة في الاجتماع السنوي لهيئة جماعات الشباب الدولية.

قبل أن يتولى كلينتون الرئاسة بسنوات كان هيلاري وكلينتون وشيلسي، والتي كانت في عامها الخامس حينئذ، كانوا في إحدى الحفلات. كان هناك عدة أطفال في تلك الحفلة ومنهم شيلسي. وسألهم المسئول عن الحفلة عن أفضل هدية يقدمونها لأمهاتهم في هذا العيد. قال أحد الأطفال "أكبر باقة ورد في العالم"، وقالت فتاة أخرى "ثوب من الماس"، أما شيلسي كلينتون فقالت "بوليصة تأمين على الحياة" (وهنا ضحك المستمعون). وقالت هيلاري أنها شعرت بالحرج في ذلك الوقت وخاصة أنها أصبحت هدف موظفي شركات التأمين الذين كانوا بالحفلة منذ ذلك الوقت (وهنا ضحك المستمعون مرة أخرى). وفي طريق العودة للمنزل سألت شيلسي عن سبب اختيار هذه الهدية، وردت شيلسي "لأني أريدك أن تعيشي مدى الحياة يا أمي" (وهنا أيضاً ضحك المستمعون).

كذلك حكت هيلاري القصة التالية على الأقل عشرات المرات ولكن أمام النساء فقط بعد إصدار كتابها "الأمر يتطلب قرية، ودروس أخرى تعلمناها من الأطفال".

كانت شيلسي حديثة الميلاد. وكنت أرضعها حين شرقت وأخذ اللبن يخرج من أنفها. لقد خشيت أن تكون شيلسي تعاني من بعض التشنجات، وصرخت على الممرضات اللاتي جئن يجرين. وأخذت أتوسل إليهن وأشير لشيلسي. وقلن لي ارفعي رأسها قليلاً وسينتهي كل شيء (وهنا ضحك المستمعون). وشعرت بالخجل من نفسي. كنت أعلم أنني في حاجة لمساعدة. كنت في حاجة لمساعدة قرية.

وكانت هيلاري تحكي هذه القصة بنفس الوقفات، ونفس نبرات التوسل. وكان الجمهور يضحك نفس كمية الضحك. وكانت هيلاري تختار الجمهور المناسب لقصتها –النساء اللاتي يستطعن فهم قصتها. لقد جعلتها القصة واحدة منهن، كما أنها قصة طريفة. وبالطبع كانت هيلاري ذكية أيضاً في وضع عنوان الكتاب.

لعلك تستطيع أن تحكي الكثير من قصصك مرات ومرات، وذلك بحسب إلقائك وجمهورك. أما احتمال أن يكون أحد قد سمعها، فهو احتمال ضعيف. وحتى إذا كان أحد قد سمعها من قبل، فلن تكون هذه مشكلة كبرى. ولكن في كل مرة تحكي فيها قصة، عليك أن تحكيها بنفس حماس واهتمام أول مرة.

ابدأ مثلاً بعبارة "تخيل مثلاً" واستخدم لغة حديثة في وصفك حتى تصنع من لغتك صورة داخل عقول المستمعين.

في ١٩٨٨ أراد المرشح الرئاسي الديمقراطي مايكل دوكاكيس أن يتحدث عن التأمين الصحي على أنه خراب. ولتوضيح رأيه حكى قصة ولد صغير لا يستطيع أن يشارك في لعبة رياضية لأن أباه لا يستطيع أن يدفع للتأمين الصحي. وحكى قصة ذلك الطفل الذي يجلس على الخط يشاهد زملاءه وهم يلعبون بينما هو محروم من اللعب. وهذه القصة كانت أكثر تأثيراً من أن يقول إن صناعة التأمين الصحي فوضى في فوضى.

هدفك هو وجهتك. والخطة التمهيدية عبارة عن رسم للطريق الذي يوصلك إلى هناك: الطريق المنطقي السهل الذي يستطيع أن يسير فيه المشاهد خلفك. والقائمة ٣ خطة تمهيدية جيدة قد تحتاج أن تحتفظ منها بنسخ للعروض التقديمية والأحاديث العلنية المستقبلية.

اكتب جملة من "٢٥ كلمة" أو أقل تشرح موضوع حديثك. وهذه الجملة تكون بمثابة الهدف من الحديث، بمعنى أنها تكون ما تريد أن يعرفه المستمع أو يفعله بعدما يسمعك. ويجب أن يكون كل جزء من حديثك مرتبطاً بهدفك. وإذا كنت أنت غير واضح في هدفك، فكيف يستطيع المستمع أن يتبين هذا الهدف؟

خطة تمهيدية لكتابة حديث علمي

افتتاح

فاصلة

١. نقطة

مثال أو أمثلة

فاصلة

٢. نقطة

مثال أو أمثلة

فاصلة

٣. نقطة

مثال أو أمثلة

فاصلة: "لقد قدمت لكم معلومات كثيرة، وأريد الآن أن أعرف رأيكم ..."

فقرة الأسئلة والأجوبة

فاصلة

ختام

قائمة ٤: الخطة التمهيدية للعرض التقديمي

ما هدفك؟ ____

____

____

____

أي وسائل التنظيم سيكون أفضل لموضوعك؟ (ضع دائرة حول الأسلوب الأفضل):

الماضي – الحاضر – المستقبل

الحاضر – الماضي – المستقبل

الثلاث نقاط

المشكلة – السبب – الحل

الاستدلال المنطقي

المقابلة والمقارنة

الترقيم

الأبجدية

"أوريو" – الرأي – البحث – الأمثلة – الرأي

كيف ستوضح كل نقطة باستخدام القصص والحكايات والأمثلة والتفاصيل والتشبيهات؟

النقطة الأولى: (المشكلة: الماضي والحاضر) ______________________

____

____

قصص وأمثلة: ______________________________________

____

____

النقطة الثانية: (السبب: الحاضر والماضي) ______________________

____

____

قصص وأمثلة : ____

____

____

النقطة الثالثة : (الحل : المستقبل) ____

____

____

قصص وأمثلة : ____

____

____

بعض أنواع الافتتاحيات

هناك طرق عديدة لافتتاح العرض التقديمي. وفيما يلي بعض الأمثلة :

• قدم تمهيداً لموضوع حديثك. وهذه الافتتاحية هي ما تجده في الجزء الأول من القول المأثور "قل لهم ما سوف تقوله لهم. قل لهم ما قلته لهم".

الجميع يريدوننا أن نرفعها، ولكن أحداً لا يريدنا أن ننزلها. عمدة نيو جيرسي السابق جيمس فلوريو في حديثه عن التخلص من النفايات السامة.

• تحدث عن تجربة شخصية أو احكِ قصة إنسانية طريفة. ارسم صورة أو اضرب مثالاً مؤثراً أو احكِ أي قصة مناسبة للموضوع. وتذكر أن الجمهور يحبون القصص.

أتعرف أعظم نجاح تسويقي في حياتي؟ نشرت إعلاناً شخصياً في مجلة ولم يأت إلي أحد سوى زوجتي.

هل تعلم أن إيما جلوتس كانت تخاف لدرجة الموت من الخروج من منزلها ليلاً؟ أما الآن فهي تمشي ميلاً كل ليلة. لماذا؟ عمليات تأمين الشوارع. هذا هو السبب.

• اطرح سؤالاً. وحاول أن تشرك المستمعين في سؤالك، مثلاً :

سأل مخرج أخبار تلفزيوني المشاهدين قائلاً : كم منكم سيشاهد نشرة السادسة ليشاهد حادث قتل في مدينة أخرى؟ ولم يرفع أحد يده. ثم سأل : كم منكم سيشاهد

نشرة السادسة ليشاهد حادث قتل وقع على بعد ميل من منزله؟ وارتفعت كل الأيادي. الآن نجح في مهمته.

سأل طبيب تخدير الجمهور قائلاً: من منكم يكون خائفاً من آلام عملية أو فترة النقاهة؟ وارتفعت كل الأيادي، وظهر أن الجمهور يريد أن يستمع للمزيد.

سأل رجل وسيم يرتدي حلة ثمينة: هل أشبه السجان؟

• اطرح سؤالاً بلاغياً. وهذه طريقة أخرى لإشراك المستمع. ولكن هذا السؤال لا يتطلب منك إجابة.

"من أنا ولماذا أنا هنا؟" نائب الأميرال جيمس ستوكدال (متقاعد) مساعد نائب رئيس الجمهورية هـ.روس بيروت ١٩٩٢

هل تأكل لتعيش أم تعيش لتأكل؟

متى يضرب الواحد قدمه في الأرض ويقول "لن أدفع المزيد من الضرائب"؟

• افترض موقفاً. اجعل الجمهور يتخيل مشهداً تصفه لهم. ابدأ بعبارات مثل: "ماذا لو" أو "لنتخيل للحظة أن ..."

• صِف شيئاً جديداً أو مثيراً في صناعتك أو مجال تخصصك: مثلاً سيارات تعمل بالغاز الطبيعي، حبوب بدلاً من الطعام، قفزة في عالم الكمبيوتر أو الطب، نتائج دراسة جديدة، وهكذا دواليك.

• اذكر حقيقة أو إحصائية أو بياناً مذهلاً يشد الانتباه، ويثير الفضول، ويدهش المستمع، أو يعطي معلومات جديدة تماماً مثلاً:

يقضي الشخص المتوسط ٢٢٠ ألف ساعة من عمره نائماً.

متوسط ساعات العمل الأسبوعية للأم العاملة في بيتها وعملها ٨٠ ساعة أسبوعياً.

يوجد بالولايات المتحدة ٢٥٠ مليون شخص، و٢٠٠ مليون مسدس.

• جامل الجمهور أو أحد الموجودين بالعرض التقديمي أو الشخص الذي قدمك للجمهور. لو أخلصت في ذلك ستبدو كريماً للغاية. وهذه الافتتاحية يستخدمها في الغالب السياسيين مع الجمهور الذي ساعدهم في الفوز بالانتخابات أو في استصدار قانون

أو تشريع. ويستخدمها المديرون التنفيذيون للمنظمات غير الهادفة للربح مع المتبرعين، ورؤساء الشركات الناجحة مع الموظفين. وإليك مثالاً:

أشكركم على هذه المقابلة الحارة. وأشكرك يا باتريشيا على كلماتك الجميلة ومجاملاتك الرقيقة التي قدمتني بها. ولابد أن أقول إنه لو كانت هناك مسابقة أفضل مبيعات في ريد كروس لفاز كتاب باتريشيا إبيردن "اتجاهات ضخمة للمرأة" Megatrends for Women. فأنا دائماً أراه على مكاتب المديرين. وقد استعنت بهذا الكتاب واقتبست منه كثيراً في خطبي الأخيرة. أشكرك على ثروة المعلومات والأفكار المبدعة التي قدمتيها لنا في هذا الكتاب!

—إليزابيث دول

- توحد مع الجمهور.

من الجميل أن أعود إلى (اذكر اسم المدينة). هذا المبنى كان مدرستي منذ أربعين عاماً.

أنا مثلكم بائع. كلنا بائعون.

- استخدم استشهاداً مثيراً أو مشهوراً. الاستشهاد يكون أحياناً فعالاً جداً. ولكن لا تستخدم أكثر من استشهادين أو ثلاثة في أي حديث.

افعل أي شيء تستطيع أن تفعله، أو حتى تتخيل أنك تستطيع أن تفعله. إن في الإقدام عبقرية وقوة وفعالية عظيمة.

—يوهان فولفجانج فون جيتة (١٧٤٩-١٨٣٢).

إن العائد من عملك لابد أن يكون شعورك بالرضا وحاجة العالم لهذا العمل. هكذا تتحول الدنيا إلى جنة أو تقترب من الجنة بقدر المستطاع. وبدون هذا -أي حين تحتقر عملك وتشعر بأنه ممل ولا يحتاجه العالم- تتحول الحياة إلى جحيم.

—و.أ.ب. دوبوا.

السياسة هي فن البحث عن المتاعب، واكتشافها في كل مكان، وتشخيصها تشخيصاً خطأ، وتقديم العلاج الخطأ. —جروشو ماركس.

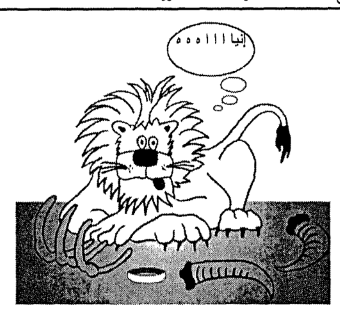
• اذكر شيئاً مرتبطاً بالعناوين الرئيسية أو الأخبار الحديثة. وهذا الاقتراح يصلح لأحداث وقعت منذ ثلاثة أو أربعة شهور على الأكثر. أحداث ١٩٩٦ مثلاً كأحداث البوسنة والجمهوريين والحروب البرلمانية والإصلاحات الاقتصادية والإيدز كلها مناسبة. أما حرب الخليج ١٩٩١، فغير مناسبة.

"أريد أن أتحدث عن شيء حطمناه -هو نظام العدل المدني- وكيف نصلحه. لقد قال فولتير عن الإمبراطورية الرومانية يوماً إنها ليست رومانية ولا إمبراطورية. ونفس الشيء يمكن أن يقال عن نظام العدل المدني في الولايات المتحدة "فهو ليس مدنياً ولا عادلاً ولا نظاماً". —ستيفن ميدلبروك "حياة إتنا والكارثة".

الفكاهة

ذات مرة كان الأسد يمشي في الغابة ولمح ثوراً. فاقترب منه بهدوء ثم قفز عليه. وبعد صراع، قتل الأسد الثور وأخذ يحتفل بذلك. وبعد آخر قطعة لحم لعق الأسد شفتيه واستسلم لنوم عميق. وحين استيقظ الأسد تمطى بفخر وزئر طويلاً، فسمعه صياد، وتبع الصوت حتى وجد الأسد، فصوب عليه وأطلق رصاصة قتلته. ما المغزى من هذه القصة؟ حين يكون بداخلك ثور لا تفتح فمك! (شكل ٣) هذه القصة من شخص يعلم الناس كيف يتحدثون إلى وسائل الإعلام.

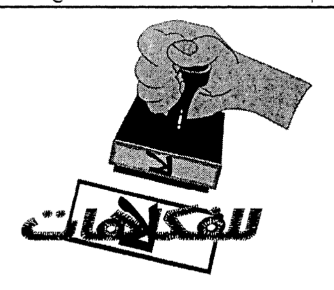
الشكل ٣: لا تفتح فمك حين يكون بداخلك ثور.



إن البدء بقصة مرحة أو فكاهة فكرة شائعة تجدها في كثير من كتب الخطابة (شكل ٤). لا تبدأ هكذا إلا حين:

- تكون أنت بطبيعتك مرحاً.
- تكون واثقاً بأنك ستنجح في إلقاء هذه الفكاهة أو القصة مع هذا الجمهور بالذات.
- تكون الفكاهة أو القصة مناسبة و/أو وثيقة الصلة بالموضوع.

الشكل ٤: لا تستخدم الفكاهات إلا حين تكون مناسبة وتستطيع إلقائها بخفة ظل.



لا تستخدم فكاهات بذيئة أو عرقية. اجعل فكاهاتك نقية وغير متحيزة ورقيقة. لا تستخدم فكاهة تقلل من قيمتك لدى المستمع، أو فكاهة تسخر من منافسيك (لأن الجمهور سيتساءل لا شعورياً عن سبب استماعه لك). لا تستخدم فكاهة تقلل من كفاءة شخص آخر.

ولعل أأمن طريقة للضحك هي أن تقول فكاهة عن نفسك:

"لم أرَ مثل هذا الاهتمام الكبير بي منذ يوم المحكمة العليا"

—هيلاري كلينتون لحوالي ألف امرأة في الاحتفال بكتابها.

"سأقول كل ما عندي فليس عندي شيء أخسره" —س.ي.هاياكاوا.

إذا كنت مرحاً، فسجل ما يمر عليك من قصص طريفة لتستخدمها في الوقت المناسب. وإذا كان معك في البرنامج شخص آخر مرح فلتشجعه على استغلال مرحه. لا تحاول أن توقف

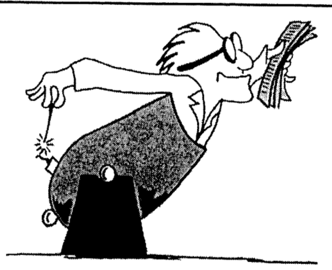
مرحه أو تشعر بأنك أقل منه أو تتصرف كما لو كنت تنافسه. سيكون الجمهور سعيداً بوجود متحدثيْن مرحيْن بدلاً من واحد. حاولا أن تستمتعا معاً بمرحكما.

أما إذا كنت غير مرح بطبيعتك، فلا تفكر من الأصل في استخدام الفكاهة.

افتتاحية

الافتتاحية في العرض التقديمي مهمة جداً (شكل ٥). فهي تحدد طابع العرض. وطريقة إلقائك للافتتاحية قد تكون الفارق بين النجاح والفشل، بين أن تكون محبوباً وتجعل المستمعين يرغبون في الاستماع إليك أو أن ينصرفوا عنك.

الشكل ٥: يجب أن تكون افتتاحيتك متألقة.



ليست هناك قاعدة تجعلك تبدأ بـ "مساء الخير" أو "يسعدني أنني هنا معكم" أو حتى "أشكركم". بالطبع تستطيع أن تستخدم هذه الافتتاحيات، ولكن بإمكانك أيضاً أن تكون مبتكراً والكثير من المتحدثين يدخلون بجسارة في الافتتاحية. إن تد كوبل يقتحم موضوعه كل ليلة في برنامجه "نايت لاين" على شبكة إيه.بي.سي، على الرغم من أنه لا يقدم عرضاً تقديمياً أو حديثاً.

يجب أن تكون الافتتاحية متألقة وقوية وتستحوذ على الانتباه. إنك تحاول أن تستحوذ على جمهورك وتجعله يتجاوب معك، سواء كانت هذه الاستجابة جيدة أو سيئة،

إيجابية أو سلبية. انظر كيف يمكن أن تجعل الافتتاحية التالية جمهورك يمد عنقه إليك كي يستمع أكثر.

"يجب أن نحبس كبار السن في منازلهم ونتجاهلهم" عمدة كولوريدو السابق ريتشارد لام. وبالرغم من أنه لم يكن يعني هذا بالضبط، فإن استجابة الجمهور كانت قوية وأراد أن يسمع المزيد.

"إعادة تسعير الاحتجاجات" قالها المتحدث الأخير، أحد العناصر النشطة في المجتمع، منذ عدة سنوات عند انعقاد جلسة لسماع الاحتجاجات بخصوص ثبات الأسعار والأجور. وكانت هذه العبارة هي أهم ما التقطته شبكات الأخبار طوال اليوم.

"كما قال هنري الثامن لكل زوجة من زوجاته: لن أحتفظ بك طويلاً".

"أشكركم على حفاوتكم. وكما قالت البقرة لفلاح ولاية مين: أشكرك على اليد الدافئة في الصباح البارد". جون كينيدي في نهاية حملته الانتخابية.

إن لديك فقط ثلاثين ثانية إلى دقيقتين لتستحوذ على انتباه الجمهور. والجمهور يكون عنك فكرة في هذه الفترة القصيرة. ولهذا فأنت تحتاج إلى لفت أنظارهم والاستحواذ عليهم من اللحظة الأولى.

قائمة ٥: مسودة الافتتاحية

عُدْ وانظر في كل الطرق المقترحة لافتتاح حديث. فكر في شيء يكون له رد فعل لدى جمهور حديثك التالي -إيجابي أو سلبي- اكتبه هنا ____________________

____

____

____

____

الختام

لسوء الحظ لا يملك معظم الناس المهارة الخاصة المطلوبة للختام. بل إن الكثيرين لا يفكرون أصلاً في الختام. فهم يلقون ما يريدون، ثم يقولون شكراً، ويجلسون.

إن الختام هو فرصتك الأخيرة كي تترك لدى الجمهور انطباعاً إيجابياً عنك وعن موضوعك ومشروعك أو قسمك، وفريق العمل فيه، أو شركتك ومنظمتك وصناعتك. إنه فرصتك الأخيرة كي تقول للجمهور ما تريدهم أن يعرفوه أو يفعلوه بعد أن تنهي حديثك. سيكون ختامك هو آخر ما سيسمعه الجمهور وربما يكون هو الشيء الوحيد الذي يتذكرونه. وعلى هذا لابد أن يكون مميزاً ورائعاً.

وأفضل ختام هو الختام المباشر القصير القوي، الذي "لا نطول فيه". فهذا مهم جداً جداً.

وإذا كان هناك شيء بالتحديد تريد الجمهور أن يتذكره، حاول أن تستخدم هذه العبارة "إذا كنت تريد أن تخرج بشيء من هذا الحديث، فليكن ...".

أساليب الختام

كما ذكرنا في الافتتاحية، لا توجد طريقة مفردة للختام. وفيما يلي بعض الاحتمالات (وأول ثلاثة شائعي الاستخدام هي):

- "ادعهم للتصرف". إذا كنت تريد من الجمهور أن يفعل أو يفكر أو يشعر أو يعرف أو يقول شيئاً ما، فلتقل له هذا. لا تكن غامضاً أو متردداً. إذا كنت تريد أن يستخدم الجمهور خدماتك أو قسمك، أو كنت تريده أن يصوت لجهة ما، أو أن يكتب خطابات، أو يدخل المزيد من أجهزة الكمبيوتر للفصول، فكن مباشراً: "إني لأحثكم على...". وإذا كانت المبيعات منخفضة، وكنت تريد أن ترفعها، فقل هذا واذكر للمستمع بعض طرق تحقيق هذا الهدف. وإذا كنت تريدهم أن يفكروا بطريقة مختلفة في الملونين، فقل: "في المرة القادمة حين ترى فيها زنجياً يلوح إلى تاكسي...".
- أعطِ ملخصاً. اذكر نقاطك الرئيسية أو أشر إلى أجزاء من افتتاحيتك أو كررها. قل لهم ما قلته لهم تواً. "دعوني أرجع لما قلته ...". إن الجمهور لا يستطيع أن يعيد قراءة حديثك. لذلك يكون الملخص ختاماً جيداً.
- تنبأ بالمستقبل. "بحلول عام ٢٠٠٠ أو ٢٠١٠ سيكون من الصعب علينا أن نتعرف على أجهزة الكمبيوتر التي نعمل عليها الآن. ولهذا فمن المهم أن ..."، "مبيعاتنا الآن (كذا) مليون، وأتوقع أن تتضاعف بحلول عام ٢٠٠٥".

• تحدَ الجمهور. أعطه هدفاً ليحققه. "أتحداكم أن تضاعفوا مبيعاتكم مع نهاية العام". "أتحداكم أيها الآباء أن تلعبوا دوراً في تعليم أبنائكم، وذلك بزيادة تفاعلكم مع المدرسة". "أتحدى صناعتنا بأكملها أن تنظف أنشطتها. وأستطيع أن أقول لكم أن شركتنا، شركة إكس.في.واي، سوف تكون مثلاً أعلى لمن يشاركنا رؤيتنا".

• ذكر المستمعين بتصريح مثير. كثيراً ما أقدمه أنا للوطن تستخدم عبارة جون كينيدي التي اختتم بها حديثه الافتتاحي ١٩٦١: "لا تسأل عما يمكن أن يقدمه لك الوطن. قل ما الذي يمكن أن أقدمه أنا للوطن". وهناك كلمات كثيرة مؤثرة ستجدها في أي كتاب للأقوال المأثورة.

"الإنسان خلق ليعيش، وليس كي يستعد للعيش" —بوريس باسترناك.

"الاكتشاف هو ما يراه كل شخص وما لم يفكر فيه أي شخص"

—ألبرت زنت جايورجي.

• احكِ قصة أو طرفة. استخدم قصة لتوضح نقطتك الرئيسية.

دخل راهب صغير معبداً لا يسمح فيه للرهبان بالحديث إلا بكلمتين كل عشر سنوات. وبعد عشر سنوات سئل عن حاله فقال "المرتبة صلبة". وبعد عشرة سنوات أخرى سئل نفس السؤال فقال "الحجرة رطبة". وفي نهاية الثلاثين عاماً سئل نفس السؤال فقال "سأغادر". "رحلة موفقة، لقد كنت تشتكي منذ أن أتيت إلى هنا". والرسالة أنك تستطيع بسهولة أن تترك انطباعاً سيئاً.

• اسأل سؤالاً بلاغياً. أيهما تختارون: ضرائب أكثر أم تعليم أقل لأبنائنا؟ وأحياناً تجيب على السؤال، وأحياناً تترك الإجابة معلقة للمستمع. وإذا كانت افتتاحيتك سؤالاً بلاغياً، فإنك تستطيع أن تستخدم نفس السؤال للختام. مثلاً: وسوف أسأل مرة أخرى: متى يضرب الواحد قدمه في الأرض ويقول لن أدفع المزيد من الضرائب؟

• قدم نصيحة. من الممكن أن تكون هذه التقنية مخادعة، فاحذر. فمعظم الناس لا يحبون أن ينصحهم أحد بما يفعلونه، وخاصة حين تكون النصيحة مرتبطة بالحكم على الأمور (فهم يحبون أن يعتقدوا أنهم فكروا في الحل مهما كان). ولكن هناك استثناءات. إذا كنت سمسار أوراق مالية تقول للناس ما يجب أن يشتروه، فقد لا يستطيع المستمع أن يجاريك بالكتابة. أما إذا كنت مدرساً أو محللاً نفسياً للأطفال وتقول للآباء أن يقضوا وقتاً أطول مع أطفالهم، فكن حذراً.

- قدم تعهداً أو وعداً. وهذا الأسلوب يحبه المرشحون ورؤساء الشركات، ولكن كن حذراً. لا تعد بأي شيء لا تستطيع أن تفي به. فالناس يتذكرون أقل الأشياء. ولو كان حديثك مسجلاً على الفيديو، فسوف تجد وعدك شبحاً ماثلاً أمامك دائماً.
- فقط إذا كنت مرحاً، فحاول أن تستخدم الفكاهة. نفس القواعد التي ذكرناها حين تحدثنا عن الافتتاحية تنطبق هنا. استخدم الفكاهة فقط حين تكون قادراً على تحقيق المرح من خلالها (شكل ٤).

لاحظ الوقت

إن مراعاة الوقت هي ما يفتقر إليه الخطباء.
شارل دي مونتسيكو (١٦٨٩-١٧٥٥)

إن لديك دقيقة أو اثنتين على الأكثر للختام. بمجرد أن تقول "وأخيراً" أو "في النهاية" تبدأ الساعة في العد. وبالطبع، أنت لا تود أن تكون من هؤلاء المتحدثين الذين يلمحون للمشاهد بأن النهاية قريبة، ثم يستمرون في الحديث لعشرين دقيقة أخرى (والأسوأ هؤلاء المتحدثين الذين يقولون "وقبل أن أختم ..." ثم يتحدثون لعشرين دقيقة أخرى دون حتى أن يبدءوا في الختام).

لمح للمشاهد دائماً بأن النهاية قريبة: "في الختام ...". احفظ خاتمتك أو افهمها جيداً حتى تكون عيناك موجهتان تماماً إلى الجمهور. إنك تحتاج إلى طاقة وإحساس كبيرين لتختم حديثك بقوة. لذلك حاول أن تحتفظ ببعض الطاقة وبصوت قوي للختام.

ويمكنك أن تخبر المستمع باللقاءات والندوات الأخرى والكتب التي تتناول نفس موضوعك.

قائمة ٦: مسودة الخاتمة

فكر في حديثك السابق. ماذا قلت في الخاتمة؟ هل كان من الممكن أن تكون الخاتمة مؤثرة أكثر من ذلك؟ ما الذي قد يجعلها أكثر تأثيراً؟________________

____

اكتب خاتمة وجدتها أكثر تأثيراً ________________________________

____

____

____

____

فكر في حديثك القادم. أي خاتمة ستكون أفضل مع هذا الجمهور؟ ____________

____

____

____

والآن استخدم المخطط التمهيدي التالي مرة أخرى لتجميع حديثك أو عرضك التقديمي. أنت الآن تعرف الافتتاحية ونقاط الحديث، وبعض أو كل الأمثلة والخاتمة. ومازلت في حاجة إلى الفواصل، وربما إلى مزيد من الأمثلة، ولكنك تستطيع أن تكمل هذا فيما بعد. حاول أن تحتفظ بنسخ من هذه الخطة التمهيدية لتستخدمها في أحاديثك وعروضك التقديمية المستقبلية.

التكرار رأس الإتقان. —د. جون دي لوكا

مخطط تمهيدي لحديث علني

افتتاح

فاصلة

١. نقطة

مثال أو أمثلة

فاصلة

٢. نقطة

مثال أو أمثلة

فاصلة

٣. نقطة

مثال أو أمثلة

فاصلة: "لقد قدمت لكم معلومات كثيرة، وأريد الآن أن أعرف رأيكم..."

فقرة الأسئلة والأجوبة

فاصلة

ختام

قائمة ٧: خطة تمهيدية لكتابة حديث

الهدف: اكتب جملة من ٢٥ كلمة أو أقل تشرح فيها ما تريد من المجمهور أن يعرفه أو يفعله بعد أن يسمع حديثك (إذا لم تكن أنت واضحاً في هدفك، فكيف يمكن أن يتبينه المستمع؟).

____

____

____

____

____

افتتاحية: (٢-٣ دقائق، صفحة واحدة، حروف كبيرة، ومسافة مضاعفة):

____

____

____

____

____

____

فاصلة :

متن الموضوع: (١٤-١٦ دقيقة، ٦ صفحات) استخدم السطور التالية لتكتب النقاط الرئيسية والأمثلة أو الحكايات والفواصل. وحين تكتب متن عرضك التقديمي، أرفقه بهذه الخطة.

النقطة الأولى :

قصص/أمثلة :

فاصلة :

النقطة الثانية :

قصص/أمثلة :

فاصلة :

النقطة الثالثة :

قصص/أمثلة : ______________________________

فاصلة : ______________________________

فاصلة للأسئلة والأجوبة : ______________________________

فقرة الأسئلة والأجوبة : (١٠–١٥ دقيقة).

فاصلة للخاتمة : ______________________________

الخاتمة : ١,٣٠–٢ دقيقة ، من نصف صفحة إلى صفحة ، حروف كبيرة ومسافة مضاعفة)

وفي الختام : ______________________________

والآن أنت مستعد لكتابة حديثك العلني كلمة كلمة.

الفصل ٣

تجسيد الموضوع في كلمات

لاحظت أنك تستخدم لغة سهلة واضحة وكلمات صغيرة وجملاً قصيرة. هكذا يجب أن تكون الكتابة بالإنجليزية، إنها الطريقة الحديثة وأفضل طريقة. التزم بهذا الأسلوب ولا تدع المحسنات والإطناب يتسللان إلى كتاباتك. —مارك توين (لفتى يبلغ ١٢ عاماً)

الهدف الآن واضح في ذهنك، وقمت بالبحث المطلوب، ووجدت طريقة لتنظيم المادة مما يجعلها سهلة الفهم بالنسبة للمستمع، وقد فكرت وجمّعت طرقاً عديدة لتوضيح نقاطك (الثلاث)، وقد حددت الافتتاحية والخاتمة. الآن أنت مستعد تماماً لكتابة العرض التقديمي (انظر الشكل ٦).

الشكل ٦: اكتب للأذن وليس للعين.

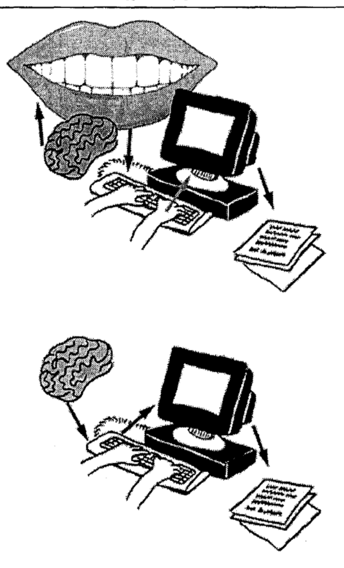



اكتب للأذن

قبل أن تكتب عرضك التقديمي وتجسده في جمل وفقرات يجب أن تحذر من أكبر خطأ يمكن أن تقع فيه في هذه المرحلة. حين تكتب من رأسك إلى يدك إلى شاشة الكمبيوتر

(أو من رأسك إلى يدك إلى الورق) فإن كلماتك (عادة) تخرج للعين، بمعنى أنها تُكتب لتقرأ (شكل ٧). ربما مثلاً استخدمت جملاً طويلة وكلمات كبيرة. والنتيجة أن الحديث العلني أصبح أقرب إلى المقال أو المذكرة.

الشكل ٧: أعلى: من الرأس إلى الفم إلى اليد إلى شاشة الكمبيوتر إلى الورق؛ لغة الأذن. أسفل: من الرأس إلى اليد إلى شاشة الكمبيوتر إلى الورق؛ لغة العين.



هناك اختلاف كبير بين الكتابة للعين والكتابة للأذن. ولعلك لن تستطيع كتابة حديث علني جيد أو حتى مقبول قبل أن تعرف الفرق.

حينما يُكتب شيء ما للعين -أي ليُقرأ- فإن القارئ الذي لم يفهم كلمة أو عبارة أو جملة يمكنه أن يعيد قراءتها مرة ثانية وثالثة حتى يفهمها. أما الكتابة للأذن -أي كتابة حديث علني أو عرض تقديمي- فهو شيء مختلف تماماً. فالمستمع لديه فرصة واحدة لفهم ما يقوله المتحدث، إذ إنه لن يسجل الحديث ويعيد الاستماع إليه، ولن يرفع يده من وقت لآخر ليسأل عن معنى كلمة أو عبارة.

حين تكتب للأذن، يجب أن تكون جملك قصيرة -عشرون كلمة كحد أقصى- ويجب أن تكون الكلمات سهلة.

إن الكتابة للأذن مهارة دقيقة. وهناك طريقتان للنجاح فيها: الطريقة الأولى هي أن تنطق بما تكتبه، بمعنى أن الكلمات تمر من رأسك إلى فمك إلى أصابعك إلى شاشة الكمبيوتر. والطريقة الثانية هي أن تكتب أولاً، ثم تقرأ ما كتبته بصوت مرتفع على أن تجعل الجمل قصيرة بحيث لا تزيد عن عشرين كلمة على الأكثر. ومن خلال تبسيط الكلمات وتقصير الجمل يصبح عرضك أشبه بالحوار.

أحد المفاتيح إذن أن تكتب جملاً من عشرين كلمة أو أقل. وكل جملة يجب أن يكون بها فكرة واحدة، لأن هذا ما يمكن أن يفهمه المستمع (فالجمل الأطول من عشرين كلمة والتي تحتوي على فكرتين أو ثلاثة تكون محيرة). كما أن الجمل الأقصر لها ميزة أخرى، وهي سهولة الإلقاء. إننا نستخدم في حديثنا العادي جملاً من عشرين كلمة أو أقل. هذا هو الطول العادي في الحوار، والذي يمكن أن تقوله دون أن تقطعه لتأخذ نفساً، الأمر الذي يحدث لو قرأت جملة من ٣٥ أو ٤٣ كلمة أو أكثر! وعموماً فالجمل القصيرة تكون أقوى من الجمل الطويلة.

إن هدفك هو تنوير مستمعيك من خلال التحدث إليهم وليس من خلال الوعظ أو التدريس أو النصح. إنك تبغي التواصل الفعال مع مستمعيك، وليس إثارة إعجابهم.

قائمة ٨: تدريب على الكتابة

إليك جملة من جريدة "واشنطن بوست" كُتبت بالطبع للعين. هل تستطيع أن تعيد كتابتها للأذن؟ اكتبها كما لو كنت تحدث جارك عبر السور الخلفي.

مثال: حدث ارتفاع غير متوقع في تشغيل العمالة في الشهر الماضي، وقد أدى هذا إلى هبوط مفاجئ في سوق الأسهم والسندات بالأمس، ذلك أن التجار نحوا الأخبار السارة جانباً، وركزوا بدلاً من ذلك على احتمال أن ينتج عن الاقتصاد الأقوى معدلات فائدة أعلى.

أعد كتابة الفقرة: ______________________________

____

____

____

____

إجابة محتملة: لغة للأذن

كان هناك ارتفاع غير متوقع في تشغيل العمالة في الشهر الماضي، مما أدى إلى انخفاض في أسعار الأسهم والسندات. والخبراء يقولون إن الارتفاع في نسبة تشغيل العمالة قد يعني معدلات فائدة أعلى.

شرح: في الحوار لا نستخدم جملاً طويلة ولا نستخدم كلمات معقدة، فالجملة الطويلة في الغالب تتضمن أكثر من فكرة، ويكون من الصعب استيعابها، وسوف تحتاج لقطعها عدة مرات لتأخذ نفساً.

التشبيه

> أصعب شيء في الكتابة ... أن تجد استعارة أو تشبيهاً لتوضيح النقطة أو المشكلة.
> —أرسطو

التشبيه يخدم عدة أغراض في الكتابة، فبالإضافة إلى توضيح نقطة ما، فمن الممكن أن يستخدم التشبيه في صياغة تلك النقطة.

> في كل عبوة ألمونيوم تستطيع إعادة استخدامها أو تصنيعها، توفر طاقة تكفي لتشغيل التلفزيون ثلاث ساعات.

وتستطيع أن تستخدم أي عدد من التشبيهات. وهناك تشبيهات يسمعها الناس فيقولون "عظيم، لم أكن أعلم ذلك من قبل" مثلاً: واحد في المليون هي كثانية في ١١,٥ يوم، وواحد

في البليون هي كثانية في ٣١,٥ عام. أو انظر لهذا التشبيه: لو كان معك تريليون دولار اعتباراً من رأس السنة، وصرفت مليون جنيه كل يوم منذ ذلك الوقت، فإن أموالك لن تنفد قبل أغسطس ٢٧٣٩!

وسواء كان تشبيهك جيداً أو لا، يعتمد ذلك على الجمهور. حاول أن تجرب مع الجمهور. فإذا استجاب بشكل ما، فقد نجحت. وإليك بعض التشبيهات الجيدة:

في وصف متجر ضخم من متاجر سلسلة وول مارت: طاف هارولد يونج في المتجر الذي تصل مساحته إلى ٢٢٥ ألف قدم مربعة، أي بما يعادل خمسة ملاعب كرة قدم للبحث عن زجاجة كندا دراي. ولكنه لم يستطع أن يعثر عليها. —بزنس ويك

بعض البيض في نظر الملونين كمن يثير عاصفة ثم يقدم لنا شمسية وينتظر منا أن نشكره. —ريف آل شاربتون

إن أزمة القروض والمدخرات مثل إعادة ترتيب الكراسي على الباخرة تايتنيك.

الإدارة هنا كمن يحرق شعره ويحاول أن يطفئه بمطرقة. —سيناتور نيويورك آل داميتو بعد المحاولة الفاشلة لخلع ديكتاتور بنما مانويل نوريجا في ١٩٨٨

إن عضويتك في جمعية "يونايتد واي" تجعلك مثل لاعب الكرة، إذ علينا أن نعمل معاً لكي ننجح.

كتابة الحديث العلني

لا أعتقد أن الناس يمكن أن يصبحوا أفضل أو أسوأ إذا كانوا يسعون إلى الحديث الجيد وهم متيمون بقدرتهم على إقناع مستمعيهم
(إزوكريتس، خطيب أثيني ٣٣٨-٤٣٦ ق.م)

الآن جاء وقت كتابة الحديث ووضع معانيك في جمل وفقرات وافتتاحية وفواصل ومتن وخاتمة. حان وقت تحويل خطتك التمهيدية إلى نص من ثماني إلى عشر صفحات بمسافة مضاعفة لتعرضه في عشرين دقيقة.

لقد سأل أحد الأشخاص هيمنجواي منذ عدة سنوات عن كيفية كتابته للرواية. وقيل إنه أجاب بقوله: "أولاً تنظف الثلاجة". إن الكتابة للكثيرين عمل شاق وموحش في الغالب. وإذا كنت شخصاً عادياً فستجد نفسك تؤجل كتابة حديثك ثم تؤجله مرة أخرى. أما طريقة "اكتب وحسب" فمعناها أن تتغاضى عن أخطاء الكتابة وأخطاء الهجاء والترقيم؛ أن تكتب وحسب، الأخطاء وكل شيء. اعلم أنك لن تكتب الحديث الجيد حين تجلس لتكتب المسودة الأولى. وفي الواقع، قد يكون هناك تشابه بسيط بين مسودتك الأولى ونسخة الحديث الأخير. وسوف تجد أعظم المتحدثين العلنيين يقولون لك إن كتابة الحديث عملية تطورية.

وهناك طرق عديدة لكتابة حديثك. تستطيع أن تكتب الافتتاحية والختام أولاً، ثم تكتب موضوع الحديث أو تستطيع أن تكتب الموضوع ثم الافتتاحية والختام، أو تبدأ بالافتتاحية ثم الموضوع ثم الخاتمة. المحامون في مرافعاتهم يكتبون النهاية أولاً ثم الموضوع فالافتتاحية أي يبدءون من النهاية. ولك أن تختار ما يروق لك.

مرة أخرى، اكتب جملة من ٢٥ كلمة أو أقل تشرح فيها موضوع حديثك. هذه الجملة تمثل هدفك أي ما تريد المستمع أن يعرفه أو يفعله بعد استماعه لحديثك. ويجب أن يكون كل جزء من حديثك مرتبطاً بهدفك. وإذا كنت غير واضح في هدفك، فإن المستمع لن يستطيع أبداً أن يتبين هذا الهدف.

ومن المهم أن تكتب حديثك كاملاً، حتى وإن كنت ستلقيه من خلال كتابة النقاط (أو بدون أوراق نهائياً وهو الأفضل. وسوف نتحدث عن هذا فيما بعد). يجب أن تشتمل فقراتك على ثلاث جمل إلى خمسة. فإذا كانت أقصر، فإنها تحتاج إلى معلومات أكثر، وإذا طالت عن هذا، تعقدت. ويجب أن تتأكد من أن جملك ليست طويلة ومترابطة. وتذكر أن جملك لا يجب أن تتعدى عشرين كلمة، يجب أيضاً أن تتأكد من أن الحديث يشتمل على كل النقاط وبالترتيب المضبوط، وأن طول الحديث مناسب للوقت.

حاول أن تجعل الأمثلة والقصص والشرح والتفاصيل حية. ولا تنسَ أن تتحدث بها وأنت تكتب، ولا تنسَ أن تستخدم كلمات ترسم صوراً في عقول المستمعين. وتذكر أن الأمثلة في الغالب أهم من النقاط التي تتحدث عنها.

إنك تحتاج إلى حديث مكتوب للتدريب، ولمواجهة مواقف الاستبدال في اللحظة الأخيرة وربما لتعطيه للجمهور ليقرأه فيما بعد، أو تعطيه للصحافة.

وكل جملة في حديثك يجب أن ترتبط بهدفك وتكون مناسبة لجمهورك. ويجب حذف أي معلومة لا تناسب الجمهور أو لا تشبع حاجته.

اسأل نفسك وأنت تكتب أو تراجع كل جملة: هل ترتبط بالهدف؟ هل الجملة شيقة؟ هل هي ممتعة؟ هل توضح ما أقوله؟ هل هي ذات علاقة بالمستمع؟ وإذا جاءت أي إجابة بـ"لا"، فاحذف الجملة فوراً.

كلمات

استخدم كلمات بسيطة وشائعة وسهلة الفهم. استخدم الكلمات "البسيطة" حتى وإن كانت الكلمات "المعقدة" تبدو أكثر تأثيراً.

قال روزفلت: "إننا نحاول بناء مجتمع شامل"، وكان من الممكن أن يقول: "سوف نبني بلداً لا يتجاهل أي شخص".

وإذا استخدمت كلمات طويلة صعبة، فلن يتابع المستمع العشر كلمات التالية، إذ يكون في محاولة لفهم ما قلته. احتفظ بحديثك سهلاً، وتذكر أنك تكتب للأذن وليس للعين.

بالعمل الشاق والصادق، محوت كل الكلمات الكبيرة من قاموسي، فأنا لا أكتب أبداً "الحاضرة" من أجل سبع سنتات بينما أستطيع أن أكتب "المدينة" بنفس السعر. ولا أكتب أبداً "رجل البوليس" ولدي كلمة "الشرطي" بنفس الثمن (مارك توين).

حين تختار كلماتك، تذكر وأنت تكتب وتتحدث أن الكلمات الصغيرة في الغالب تكون قوية بينما الكلمات الطويلة في الغالب ضعيفة (شارلز أوزجود).

إن ونستون تشرشل وهو خطيب مثقف لبق يستخدم غالباً كلمات من مقطع واحد: "أعطنا الأدوات وسوف نقوم بالعمل".

استخدم كلمات ومصطلحات سهلة ترسم صورة في عقل المستمع وترتبط بأشياء معروفة. ماذا لو سمعت شخصاً يتحدث عن شيء مساحته ٤٧ ألف قدم مربعة؟ هل تستطيع أن

تتخيل مساحته؟ هل مساحته مثل مساحة حجرتك؟ هل هي نفس مساحة صالة الاستقبال بفندق أناتول في دالاس أو فندق أبريلاند بناشفايل؟ ماذا لو قال المتحدث بدلاً من ذلك إن المساحة مثل مساحة ملعب كرة قدم؟ هل هذا التشبيه سيرسم الصورة في الحال؟ حين تقول إن شيئاً ما مساحته ٤٧ ألف قدم مربعة دون شرح ذلك، فإن المستمع لن يتابع العشر كلمات التالية في محاولة لتخيل مساحة السبع وأربعين ألف قدم مربعة. أما إذا استخدمت كلمات ترسم الصورة في ذهن المستمع، فإنه يستطيع أن يتابعك بسهولة.

وإليك مثالاً آخر لنفس الشيء. انظر إلى عبارة "جزء من بليون". تبدو النسبة ضئيلة، ولكن ما مدى ضآلتها؟ إذا قلنا بدلاً من ذلك: نقطة في حمام سباحة، لكان الأمر أسهل للمستمع.

تحذيرات ونصائح مهمة

حتى إن كنت تسير في الطريق الصحيح، بهدف واضح، وتنظيم يسهل على المستمع المتابعة، وجمل لا تتعدى العشرين كلمة، فإن هناك نصائح وتحذيرات ستجعل كتابتك أقوى:

النصائح

- استخدم التورية واللعب بالألفاظ.

"أتحدى أن يأتي أحدكم لهذه الحجرة في المساء ... ويقول لي لماذا لا يجب أن يلقى السقف الزجاجي نفس مصير سور برلين" (إليزابيث دول أمام المؤسسة القومية لسيدات الأعمال).

- استخدم المجموعات الثلاثية. هذا الأسلوب مؤثر جداً.

قال أحد المتحدثين: "هناك ثلاثة أشياء لا أتمنى أبداً أن أكون واحداً منها: أحد المقاعد الأمامية، أو بيت الشعر السادس، والمتحدث الأخير في ندوة.

يمكن تقسيم الناس إلى ثلاث مجموعات: أناس يتسببون في حدوث الأشياء، وأناس يشاهدون ما يحدث، وأناس يتساءلون عن سبب حدوث هذه الأشياء.

إن احتلال موقع القيادة بعد عشرين سنة خدمة يملؤني بالفخر والإثارة والتواضع : الفخر لاعتراف زملائي وثقتهم بي. والإثارة لمواجهة التحديات القادمة. والتواضع أمام القيادات التي سبقتني.

يمكنك أيضاً أن تستخدم نفس العبارة ثلاث مرات:

فهكذا هم يؤمنون -كما نؤمن نحن- بأن النقابات لا غنى عنها في حياتنا.

وهكذا هم يؤمنون -كما نؤمن نحن- بأنه من خلال النقابات فقط يستطيع العمال أن يردوا عنهم المظالم.

وهكذا هم يؤمنون -كما نؤمن نحن- بأنه من خلال النقابات فقط يستطيع العمال أن يكون لهم صوت محترم في مكان عملهم ... ويحظوا بالأمان في وظائفهم ... والأمان عند المعاش.

- استخدم كلمات تؤثر في حواس اللمس والشم والنظر والسمع والتذوق. إذا سمعت عبارة مثل "يبدو كما لو كان يأكل فص ليمون" تستطيع أن تتخيل ذلك. هناك أيضاً تشبيهات مثيرة للحواس مثل "ملمسه كالقطيفة"، "رائحته كالبيض الفاسد".

- اسرق نقطة جيدة: سرق والتر مونديل جملة من إعلان وندي حين سأل جاري هارت "أين البيض؟"، وهناك متحدثون كثيرون يستخدمون جملة رونالد ريجان والذي "بلغ منه الأمر إلى الشرقوم" (أي جزء من جسم الإنسان هذا الشرقوم!)، والرئيس جورج بوش والذي قال في أكثر من مناسبة: "إننا في تن تن عويص".

- كن ذكياً، اقتبس ممثل ولاية ماساتشوسيتس إد ماركي عبارة شكسبير وهو يتحدث عن سرقة قاذفة القنابل فقال: "قذائف أو لا قذائف، تلك هي المسألة".

- قل شيئاً غير متوقع، قل مثلاً: "أخيراً ولكن بالطبع ليس آخراً" أو "زوجها المحبوب".

- استخدم عبارة "إن هذا يعني بالنسبة لك أن ..." جرب هذه العبارة حين تريد إقناع المستمع بأن يفعل أو لا يفعل شيئاً ما، أو حين تريد أن تبيع لهم شيئاً ما سواء أفكار أو بضائع. فهذه الكلمات ستوقظ من غفل عنك وتجعله يعتدل في جلسته ويستمع.

- إذا كنت ستخبر المستمع بشيء ما أو تعلمه أو تنور الناس عن شيء ما، فقدم لهم حقائق أو تفاصيل أو معلومات أو إحصائيات أو بيانات.
- إذا كنت مرحاً، فجرب فكاهاتك وقصصك الطريفة. أما إذا كانت طبيعتك غير مرحة، فلا تضيع الخطوة الخامسة في التدريب (انظر الفصل ٥). إن الحديث المرح هو أصعب أنواع الأحاديث، وإذا كنت غير مرح وحاولت أن تكون مرحاً، فإنك ستفشل.
- استخدم "نحن"، و "أنت" بدلاً من "أنا" لتكون أكثر شمولاً، ولكن كن حذراً في استخدامك لـ "أنت". فأحياناً يكون من الأنسب أن تستخدم "نحن". مثلاً "حين تكون قلقاً تفكر في مشكلاتك" تبدو كما لو كنت مدرساً وتنتقد من أمامك. أما إذا استخدمت "نحن" –"حين نكون قلقين نفكر في مشاكلنا"– فهكذا تحالفت مع المستمع ولم تجعل نفسك أعلى منه.
- استخدم صيغة الطلب، وهو أسلوب جيد لحث المستمع "اقطع هذا الميل أيضاً".
- اطلع على تعريف الكلمات والعبارات. تأكد من أنك تستخدم الكلمات والعبارات الصحيحة. اعرف الاختلاف بين الكلمات والمترادفات واستخدم الكلمات الصحيحة.

كان مالكولم بالدريدج الراحل وهو وزير سابق للتجارة يهتم بالكلمات لدرجة أنه أصدر كتيباً يتحدث فيه عن الكلمات التي يجب أن يحذفها الموظفون من خطاباتهم ومذكراتهم وأحاديثهم. وكان يكره على وجه الخصوص الإطناب مثل: مرفق هنا مع هذا الخطاب، النتائج النهائية، الخطط المستقبلية (ما أنواع الخطط الأخرى؟) المبادئ الرئيسية، مبادرات جديدة، روجع شخصياً، أزمات خطيرة، فريد من نوعه.

إذا كنت ستستخدم كلمات أجنبية، فتأكد من أنك تعرف معناها. حين قال جون كينيدي لسكان برلين إنه واحد منهم Ich ben ein Berliner فإنه في الواقع قال لهم إنه كعكة الجيلي لأن كلمة Berliner هو اسم هذه الكعكة الشهيرة.

المحاذير

- تجنب التفاصيل الزائدة أو المملة. وإذا استخدمتها، فإنك ستخسر جمهورك ولن تصل إليهم رسالتك.

• لا تستخدم مصطلحات فنية مع مستمع غير متخصص، وتجنب اللغة الخاصة بمجال معين مع مستمعين خارج هذا المجال لأنهم لن يفهموا حديثك على ما به من اختصارات.

• تجنب الاختصارات والكلمات الجديدة المركبة إلا إذا كان المستمع معتاداً عليها. فالاختصار إيه.تي.إم يعني للعوام ماكينة الصراف الآلي، ويعني في مجال المواصلات اللاسلكية "وضع التحويل غير المتزامن"، ويعني للكيمائيين ميثانول تولووين الأسيتون.

• لا تستخدم الكليشيهات. تجنب التعبيرات العتيقة مثل: "أخيراً وليس آخراً"، "يسعدني لقاؤكم"، "دون مزيد من الصخب"، "ومعنا شخص غني عن التعريف". إن الكليشيهات تجعل حديثك مثل حديث أي شخص آخر. ألا تريد أن تتقدم خطوة عن الآخرين؟

• لا تذكر معلومات لا تستطيع أن تثبتها، أو لا تريد أن يذكرك بها أحد في المستقبل، أو لا تريد أن تسمعها في الراديو أو في التلفزيون، أو تراها في الصحف. إن مصداقيتك حينئذ تصبح مهددة.

انظر لهذه القصة التحذيرية: لقد رأيت عيني رجل الأعمال العجوز المتعب وهما تغرورقان بالدموع، وهو يقول إن عليه أن يستغني عن أناس أداروا له متجره الصغير لسنوات. لقد رأيت القلق على وجه مزارع لم يعد لديه عمل بسبب طغيان الجليد. ورأيت وجه النجار الطيب الذي لم يجد عملاً في تطويق المنازل بالأسوار الخشبية، فأخذ يصنع لعباً للأطفال مجانية (عمدة كاليفورنيا، بيت ولسون).

وحين حاولت الصحافة أن تجد هؤلاء الناس، قال العمدة ولسون أن هؤلاء الناس غير موجودين، وأنهم مركبات من أناس التقى بهم. وهكذا ضاعت كل النوايا الحسنة أو الثقة التي كسبها أدراج الرياح.

• لا تستخدم صفات. ابتعد عن هذه الكلمات والعبارات: "أعتقد أن"، "إني أؤمن بأن"، "يبدو لي"، "حقاً"، "في الغالب"، "عموماً"، "ربما". لأنها تضعف جملك وتجعلك تبدو متردداً.

"ربما نفوز بكأس البولينج. لا، سنفوز بكأس البولينج!".

"أعتقد أننا صادقون. حسناً، لكن هل أنتم صادقون أم لا؟ إذا كنتم كذلك، فقل 'إننا صادقون'".

- لا تستخدم كلمات ليست بكلمات مثل: "بدون صرف النظر عن ذلك".
- لا تستخدم كلمات لا تستطيع أن تنطقها نطقاً صحيحاً. كان الرئيس جيرالد فورد يتحدث عن المرض المرعب سداسي الخلية الأنيميا فقال: "المرض سداسي الخلية أرمينيا". وكان المرشح الجمهوري الديمقراطي ١٩٨٨ مايكل دوكاكيس ينطق كلمة "قرار" هكذا "قر-را-ر"، ولذلك كان كتاب خطبه يستبدلونها بكلمات مثل "حكم أو فصل".

دبليو آي إف إم .. ليست محطة إذاعية

طوال الحديث ستجد المستمع يسأل بوعي أو بدون وعي "دبليو آي إف إم! ماذا يخصني فيها؟". وسوف تجده يستمع بانتباه إذا أثار الحديث اهتمامه أو سيطر عليه القاؤك. أما إذا لم يحدث هذا، فإنك ستجده ينفض عنك. إن المستمع يريد أن يعرف ويتعرف ويثار ويعطى بعضاً من أسرار الصنعة، إضافة إلى شيء يأخذه معه.

والأهم هو، أن المستمع يريد منك أن تجعله يشعر بالرضا عن نفسه وعما يفعله. إن المستمع يحب منك أن تجامله مهما كان موضوع عرضك التقديمي.

العناوين

الحديث لا يحتاج في الغالب لعنوان، ولكن إذا أردت أن تضع له عنواناً فإن هذا سيجذب انتباه المستمع: "كيف تقوم بـ ــــ كي تستطيع أن ــــ".

وإليك مثالاً جيداً. قسّم أحد المتحدثين كلمته عن "جائزة مالكولم بريدج للجودة" إلى عدة نقاط: جنازة حارة والميت كلب، وحلم ليلة صيف، و كيل بكيل، وكوميديا الأخطاء، وكما تحب، والعبرة في النهاية! وأعجب الجمهور بذكائه لأن التقسيم جعل خطبته مترابطة وساعد المستمع على متابعته.

الفواصل الجيدة قد تجعل الحديث أهم للجمهور لأنهم يشعرون بأنهم يسيرون تجاه نتيجة إيجابية دون الحاجة إلى الدخول في طريق وعر.

مجهول

الفواصل والجسور

الفواصل أو الجسور هي عبارات تنبه المستمع إلى الانتقال من نقطة إلى أخرى. مثلاً:

"لنترك هذا جانباً للحظة"

هذه العبارات تساعدك على الاستمرار في حديثك وتساعد المستمع على الانتقال معك إلى النقطة الجديدة والتعرف على النقطة التي تتحدث فيها: "يكفي هذا الحديث عن الماضي ولنتحدث عن المستقبل".

وهذه الفواصل تنقلك من الافتتاحية إلى النقطة الأولى (لننظر أولاً إلى ...)، ومن نقطة لأخرى (وإذا انتقلنا للنقطة الثانية ...، والبعد الثالث هو ...، والآن لننتقل إلى ...)، ومن النقطة الأخيرة إلى فقرة السؤال والإجابة (الآن، أريد أن أستمع لرأيكم. هل لديكم أية أسئلة؟)، ومن فقرة السؤال والإجابة إلى الخاتمة (دعوني أعيد على أذهانكم؛ وحين ننظر خمس سنوات للأمام).

اجعل فواصلك سلسلة. لابد أن تسحب المستمع من يده وأنت تنتقل من نقطة لأخرى. مثلاً:

لنلقي نظرة على ...

لننظر للموضوع من جهة أخرى ...

وبالإضافة لذلك ...

يكفي حديثنا عن ... ولننظر إلى ...

الملخصات القصيرة جيدة أيضاً:

تحدثنا عن الشمال والجنوب والشرق، والآن جاء دور الغرب.

تحدثنا عن الرقابة والدفاع، وأريد أن أحدثكم عن الأبحاث التي تتم هنا.

فكرة مفيدة: ضع قائمة من الفواصل لتستخدمها في خطبك في حالة تعثرك. اكتب عبارات مثل "كما كنت أقول ..."، أو "مرة أخرى ...".

الكتابة لجمهور عدواني

إن تنظيم وكتابة حديث لجمهور عدواني تختلف عن كتابة حديث لجمهور ودود. كيف تصل إلى هدفك، وما الطريق الذي تتبعه، أمور تختلف في الحديثين.

لنقل إنك تريد أن تبني استراحة في منطقة سكنية أو بالقرب منها. وكل المناطق السكنية في المدينة بها استراحات مشابهة، ولكن هذه المنطقة بالذات تعارض البناء. إن المستمع لا يريد أو لا يهتم بما تريده أنت. إنهم يهتمون بأنفسهم وأسرهم وصحتهم ودخلهم. وللتعامل مع هذا الجمهور غير الودود، اتبع الخطوات التالية:

١. أولاً، اعرض المشكلة وحدثهم عن تطورها. ولا تتحدث عن الحاجة إلى بناء الاستراحة الآن.

٢. تكلم عن ميزات بناء الاستراحات في منتصف المسافات بين المناطق السكنية في أجزاء أخرى من المدينة أو الدولة. لابد أن تكون كل جملة محايدة وغير متحيزة. لا يجب أن تكون أي كلمة أو عبارة أو جملة مستفزة. اشرح الحاجة إلى بناء استراحة في منتصف المسافة بهدوء وموضوعية.

٣. تعرف على اعتراضات المستمعين واذكرها واحداً تلو الآخر، حرفياً إن استطعت. (هذه فكرة جيدة حتى وإن كان المستمع لطيفاً في معارضته لآرائك وقضاياك). ابدأ بأقوى المعارضات. إنك بالتعرف على اعتراضات المستمعين ونواياهم، ستفاجئهم حيث يجدونك قد استمعت إليهم ونظرت في أسبابهم وحججهم. وهكذا تجردهم من أسلحتهم، بل وأحياناً تحولهم إلى أصدقاء.

٤. فنّدْ كل اعتراض بالبرهان وبالحجج المضادة، والأفضل أن تكون هذه البراهين والحجج من طرف ثالث يحترمه المستمع. اشرح السبب في أن ما يريده المستمع غير مفيد، أو قرار غير حكيم.

٥. أعلن عن موقفك أو حلك، وقدم براهين رئيسية (أي حجج قوية دامغة لما تشعر به وما تعتقده)، ولا تنسَ طوال هذا حاجات ورغبات المستمع، يجب أن تحتفظ بها في ذهنك طوال الوقت. تذكر أن مستمعك مثل كل المستمعين يقول: "دبليو آي آي إف إم؟" (أي ماذا في ذلك لي؟)، وأنت لا تريد أن ينفض عنك مستمعك.

٦. اختم حديثك بعبارة أو خاتمة تبرز موقفك، ويستطيع الجمهور أن يستخدمها كي يقنع بها نفسه فيما بعد. مثلاً:

لنستقل إذا لم ننجح.

إذا حضرت الشياطين ذهبت الملائكة.

وأحد طرق التعامل مع جمهور عدواني أن تنظر لسطر مرقم من صفر لعشرة:

٠ ١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧ ٨ ٩ ١٠

فالأعداد من صفر إلى ٢ تمثل المعارضين الذين لن يقتنعوا أبداً بوجهة نظرك. وليست هناك فائدة من محاولة إقناعهم. أما الأرقام من ٨ إلى ١٠، فإنها تمثل المتفقين معك وأنت لا تحتاج أن تتحدث لهؤلاء. ولكن هناك قضايا أخرى عديدة متعلقة بحديثك لم يتخذ فيها أعضاء الوسط –الأرقام من ٣ إلى ٧– قراراً بعد. وهؤلاء هم هدفك في المناقشة والإقناع. يجب أن يتضح لك تماماً من جمهورك وأنت تكتب عرضك التقديمي.

استخدام الأرقام

حين يستخدم المتحدث الكثير من الأرقام فإن المستمع في الغالب ينام.
(تشارلز أوزجود)

لا شيء يقتل المستمع أسرع من الأرقام (شكل ٨). إذا كنت رجل اقتصاد أو محللاً مالياً أو شخصاً عليه أن يستخدم الأرقام في عروضه التقديمية، فعليك أن تستخدم وسائل مرئية مثل الشرائح، أو البروجكتور، أو الخرائط، أو اللوحات، أو النشرات. وذلك حتى يرى المشاهد ما يسمعه، وهو ما يزيد استيعابه. أما إذا كنت تستخدم الأرقام لأنك تعتقد أنها شيقة، فلتستخدمها في أضيق الحدود ولتكن كثيرة الأصفار. احرص على الأصفار كلما استطعت، قل مليون تقريباً بدلاً من ٩٧٧٧٥٥.

قل عقدين بدلاً من ٢١ عاماً. وإذا كانت هناك أقراص دواء في مستشفى مكتوب عليها ١٩٨٪، فقل تقريباً ٢٠٠٪.

الشكل ٨: الأرقام هي الموت!



إذا استخدمت أرقاماً كثيرة، فسيشعر الجمهور بالملل وينفض عنك وتخسر جمهورك، مثلاً:

كان العامل في عام ١٩٥٠ يعمل ٩٤ دقيقة ليحصل على الطعام الذي يستطيع العامل اليوم الحصول عليه بالعمل ٦٠ دقيقة.

طول الحديث

كي تجعل حديثك خالداً لا تحتاج أن تجعله ممتداً للأبد.

إنك لا تستطيع أن تقول كل شيء في حديثك، ولا يمكن حتى أن تسعى لذلك. فكلما تكلمت، نسي المستمع ما تقول. إذا أعطيت المستمع الكثير من المعلومات، أو كانت رسالتك غير مركزة، فإنه لن يتذكر منها سوى القليل، وربما لا شيء بالمرة، لأنه سينشغل عنك (إن الحديث مثل إطعام الطفل. إذا كان هناك طعام كثير على الملعقة، فإن الطعام الزائد لن يدخل فم الطفل، ولكنه سيلطخ وجهه). إذا كانت هناك معلومات كثيرة، فإنها لن تدخل عقل المستمع. وأفضل طريقة لوضع حديث جيد أن تضع مقدمة وخاتمة جيدتين، وتجعلهما قريبتين من بعضهما البعض!

لا تصرح بكل ما تعرفه. —بنيامين فرانكلين

السر الذي يجعلك مملاً هو أنك تقول كل شيء. —فولتير

استبعد التفاصيل غير المناسبة التي لا تهم المستمع. حين تشتري سيارة، فإنه لا يهمك كيف وصلت إلى هناك، ولكن يهمك ماذا يمكن أن تفعله لك. لا يجب أن يكون حديثك طويلاً.

إن الحديث العلني الجيد قصير وبسيط. أما الحديث العلني العظيم، فهو أقصر وأبسط.

والطول المناسب لعرض تقديمي أو كلمة افتتاح هو من ١٥ إلى ٢٠ دقيقة (شكل ٩) يتبعها من ١٠ إلى ١٥ دقيقة للأسئلة. الافتتاحية تكون دقيقتين إلى ثلاثة، ثم الموضوع ١٤ إلى ١٦ دقيقة (وإذا كان الموضوع في شكل نقاط فكل نقطة ستأخذ خمس دقائق). ثم الخاتمة من دقيقة إلى دقيقتين. والحديث الذي يستمر من ١٥ إلى ٢٠ دقيقة سيتكون من ثماني إلى عشر ورقات بخط كبير ومسافة مضاعفة (ثماني صفحات لسكان الجنوب، وعشر لسكان نيويورك: والعشر سطور إلى اثني عشر من الخط الكبير يساوون دقيقة، عشرة سطور لسكان الجنوب واثني عشر سطراً لسكان نيويورك). والجميع يقولون إن وقت البحث والتنظيم والكتابة والتدريب على إلقاء حديث يستمر لعشرين دقيقة يتراوح بين ٢٠ إلى ٤٠ ساعة.

كن موجزاً، ومخلصاً، ثم تفضل بالجلوس. —فرانكلين دلينو روزفلت

إذا كنت تتحدث في لقاء على الإفطار، فكن موجزاً؛ سوف تجد بعض المستمعين يغفون قليلاً، وسوف تجد معظمهم يريدون الانطلاق وبدء يومهم. وإذا كنت تتحدث على الغداء فلا تتعدَ الثانية، لأن الجميع سيتضورون جوعاً. وإذا بدأت حديثك في الواحدة وخمسين دقيقة، فلابد أن تختصر. وإذا كنت مع مجموعة متحدثين وتعدوا الوقت المحدد لهم، فاستعد لاختصار كلمتك. لن يكون ذلك عدلاً، ولكن المستمع سيحب هذا منك. وإذا كنت

تتحدث على العشاء أو بعد العشاء، فمن الأفضل أن يكون حديثك قصيراً لأن الكثيرين سيكونون مرهقين في نهاية اليوم وسوف تجد بعضهم يحتاج إلى الاسترخاء بعد العشاء.

الشكل ٩: الوقت المناسب للحديث هو ٢٠ دقيقة.



وإذا طُلب منك أن تتحدث لفترة أطول من عشرين إلى ثلاثين دقيقة، فلتفكر جيداً. لأن المتحدث الذي يذهب للقاء ليتحدث ويتحدث ويتحدث لم يتعلم الدرس الأساسي من المشاهد الذي اعتاد التلفزيون: "من الأفضل أن يتجاوز المتكلم مرتبة الببغاء". من طرق استهلاك الوقت استخدام الفيديو، أو إشراك الجمهور في تدريب ما أو لعبة، أو إعطاءهم استبياناً والتعليق على إجاباتهم. ويمكنك أيضاً أن تقسمهم إلى مجموعات للمناقشة، ثم تتشارك المجموعات في المناقشة. فإذا كنت قادراً على إشراك الجمهور معك بسهولة لمدة أطول من عشرين دقيقة، يمكنك أن تقبل. أما إذا لم تكن لديك مواد كافية ولن تستطيع الاحتفاظ باهتمام جمهورك، فلترفض. إن عرضك التقديمي مثل الحياة، يهمك فيها أن تبدو جيداً. وليس لمجرد أن المنظمة الراعية لديها ساعة تريد أن تشغلها معناه أن تشغلها

أنت. وإذا كنت قادراً على تحويل حديثك إلى ورشة عمل يتعلم فيها الجميع، فلتغتنم الفرصة.

الشكل ١٠: أسوأ ثلاثة أشياء في العالم (كما يقول ونستون تشرشل).



تحتاج إلى ثلاثة أسابيع كي تعد حديثاً مرتجلاً جيداً.

مارك توين

لقد استطاعت متحدثة أن تجعل الجمهور يشاركها في تدريب ثنائي. فقد كانت تجعل فرداً يتحدث لخمس دقائق بحيث يوجهه الآخر، ثم يتبادلان الأدوار، وتكرر التدريب مع عدد من الجمهور.

إن العروض التقديمية التعليمية التفاعلية هي أكثر العروض إمتاعاً، فإشراك الجمهور يؤدي إلى بيئة تعليمية تشاركية ودودة.

كان لدى فوديفال ما أسماه "سر العشرين دقيقة" وهو أنه لا يوجد فصل أطول من عشرين دقيقة! إذا كان الوقت قصيراً، فلتكن دائماً مستعداً للاختصار.

الشكل ١١: اكتب مقدمتك.



مقدمات

قبل أن تلقي حديثك سوف يطلب منك أحد الأشخاص في الغالب سيرتك الذاتية لتقديمك ولاستخدامها لأسباب ترويجية. وسوف تجد أن هناك معلومات كان يجب حذفها من هذه السيرة. والأسوأ من هذا أن الذي يقدمك يقرأ الملخص، وهذا لن يحدث إذا كنت تكتب مقدمتك لكل حدث (شكل ١١). وبهذا تسيطر على ما سيسمعه الجمهور عنك. لنواجه

هذه المشكلة، إنك لا تستطيع أن تثق تماماً بأي شخص يكتب لك مقدمة من ملخص سيرتك الذاتية. فلا أحد يعرف ما تريد هذا الجمهور أن يعرفه عنك كما تعرف أنت. إن المتحدثين الجيدين ووكلاءهم لا يرسلون أبداً سيرهم الذاتية، وبدلاً من ذلك يكتبون مقدمة مناسبة.

وإذا كنت تقدم عرضك التقديمي أمام زملائك في الشركة أو المنظمة، فأنت لست في حاجة إلى مقدمة، ولكنك تستطيع أن تعطي ملخصاً صغيراً لما ستناقشه ولما دُعيّ هذا الجمهور لعرضك التقديمي من أجله.

ويجب أن تكون المقدمات قصيرة. فعموماً يأتي الجمهور ليسمع المتحدث لا ليسمع المقدم يتحدث عن المتحدث. إن هذا مثال لما لا يجب أن يسمعه الجمهور:

> جوان سميث (المنصب) في شركة_____. قبل ذلك كانت (المنصب) _____ في شركة_____. وقبل ذلك كانت في شركة_____ حيث شغلت منصب_____. وهي متزوجة من_____ ولديها_____ أطفال. (المقدم)

وهناك طريقة أكثر احترافاً لكتابة المقدمة. فأول ثلاث أو أربع جمل (تفتح الباب) لحديثك. فهي تناقش القضية أو الموضوع الذي ستتحدث عنه.

> بعض الناس يخافون من منتجاتنا وصناعتنا. إن الناس لا تعرف إلى أي مدى تتسم هذه المنتجات بالأمان، وتقدم لنا الخير، وذلك بسبب الإعلام. كيف ننشر السمعة الطيبة؟ ماذا نقول حين يضع المذيع الميكروفون أمامنا؟

وآخر ثلاث جمل يجب أن تؤسس مصداقية المتحدث.

> السيدة _____ كانت مذيعة تلفزيونية لمدة عشر سنوات في الـ "سي.بي.إس" و "إيه.بي.سي"، وقد أنشأت شركة، وتتولى الآن إدارتها. ومن عملائها المشهورين_____. إنها تعلم الناس كيف يتحدثون أمام المذيعين منذ عشر سنوات. لنرحب بالسيدة_____.

وإليك مقدمة للمتحدث الرسمي لإدارة الأدوية والأغذية الأمريكية:

إن معظم إدارات الأدوية والأغذية القومية بما فيها إدارة الأدوية والأغذية الأمريكية لديها الكثير من القوانين واللوائح. وكل الشركات الأجنبية يجب أن تتبعها لتبيع أدويتها ومنتجاتها في الولايات المتحدة. وبعد الاختبارات والتجارب وجمع البيانات تكون إحدى الخطوات الأولى بالولايات المتحدة هي عملية ما قبل التصريح. ونحن الآن سنناقش هذه العملية بما فيها من مراجعات للتطبيقات واللوائح تناقشها معكم ______ المديرة المنابة بمكتب التصاريح بمركز بحوث الدواء بالولايات المتحدة. السيدة ______ تعمل بإدارة الأدوية والأغذية لأكثر من عشرين عاماً. وهي حاملة لشهادتي ماجستير وحصلت على الجائزة التقديرية لإدارة الدواء والأغذية مرتين. لنرحب بالسيدة ______.

حاول أن تجعل مقدمتك محلية بقدر الإمكان، حتى وإن كان ذلك يتطلب منك بعض التدريب بالمنزل. إذا كنت –المتحدث– مرتبطاً بالمدينة التي تتحدث فيها، أو تعاملت مع المنظمة التي تتحدث إليها، فاذكر ذلك.

ويجب أن تخبر الشخص الذي يقدمك بأنك ستكتب مقدمتك وترسلها لها أو له بالفاكس. وربما تندهش حين تسمع ذلك ولكن تأكد من أن مقدمك سيسر لأنه لن يكتب المقدمة. فهذا معناه أن هناك شيئاً لن يفعله. ولا تنسَ أن تأخذ نسخة معك من المقدمة.

وإذا طُلب منك أن تقدم شخصاً آخر، تأكد من أنك تنطق اسم الشخص صحيحاً. تحدث إلى الشخص لتعرف من هو وما موضوعه وما مدى ارتباط موضوعه بالبرنامج.

قائمة ٩: اكتب مقدمتك

اكتب مقدمة لتستخدمها في حديثك التالي. وإذا لم تكن قد دُعيت لإلقاء حديث، فتخيل أنك مدعو لتتحدث لزملائك عن آخر مشروعاتك أو آخر مشروعات قسمك.

____

____

____

____

الفصل ٤

الوسائل المساعدة البصرية

إذا كان هناك احتمال لوقوع خطأ، فإنه سيقع، وفي أسوأ لحظة ممكنة. —ميرفي

تُستخدم الوسائل المساعدة البصرية لتوضيح وتبسيط العرض التقديمي (شكل ١٢). ومن الممكن أن تسهل هذه الوسائل عرضك التقديمي أو تدمره. من الممكن أن تسهله من خلال:

- تبسيط المواد المعقدة.
- إضافة التنوع.
- تكمل أو تحل محل مذكرة المحاضرات (وهذا معناه أنك لو عرفت مقدمتك وخاتمتك تستطيع أن تقف أمام الجمهور بدون ورقة واحدة).

الشكل ١٢: أمثلة للوسائل المرئية.



- توضيح بعض النقاط.
- تقليل الوقت الذي تشرح فيه فكرة (صعبة).
- زيادة الاستيعاب.

وقد تدمر عرضك التقديمي إذا:

- استخدمت بكثرة في العرض.
- أدت إلى تشويش المستمع.
- كانت كثيرة الكلمات.
- كانت مزدحمة.
- غير ملونة.
- مملة.
- لا تتفق وحاجات الجمهور.
- لا تُزيد عما تقوله شيئاً، أو أنك تقرأ منها للمستمع.
- ليست سلسة.
- خرائط كثيرة مملة.

أما وقت إعداد الوسائل المساعدة البصرية مثل الشرائح والأوفيرهيد، فهو بعد كتابة العرض التقديمي، وليس قبله. لأن الحديث هو الذي يحدد الوسائل ولا يجب أبداً أن تحدد الوسائل الحديث.

القواعد الأساسية لاستخدام الوسائل المساعدة البصرية

إن الجمهور يتذكر ٤٠٪ مما يسمعه ويراه زيادة على ما يسمعه فقط. إن الاستيعاب يزيد ثلاثة أضعاف (من ١٤٪ إلى ٤٠٪) حين يرى الجمهور ويسمع. وحين تستخدم الوسائل

المساعدة البصرية في منهج لزيادة حصيلة المفردات، فـإن مسـتوى التعليم يتحسـن بنسـبة ٢٠٠٪.

إن المتحدثين الذيـن يسـتخدمون الوسـائل المساعدة البصريـة ينظـر إليـهم على أنهم أفضل إعدادا واحترافاً وإقناعاً ومصداقية وإمتاعاً من غيرهم.

والكثير من المتحدثين يبدءون بتصميم الشرائح وشفافيات الأوفر هيد، ثم يصممون عروضهم التقديمية وفقاً لها. وتبدو هذه أسهل طريقة، ولكن كتابة حديث قوي لا تـهتم بالسـهولة. ولكنها تهتم بتوصيل الرسالة بأكثر الصـور فعاليـة. وتحقيـق هـذا يبـدأ بمعرفـة جمـهورك والتعرف بدقة على ما يريد أن يعرفـه (هدفـك). واختيـار الشريحـة أولاً مثـل ارتـداء أول قطعة ملابس تراها في دولابك دون اعتبار للمكان الذي ستذهب إليه، أو مـع مـن سـتكون. وبالطبع سوف ترتدي ملابس ولكن ليست الملابس المناسبة. هل من الممكن مثلاً أن ترتـدي ملابس التنس، ثم تذهب إلى حفل؟

لابد أن تكون الوسائل المساعدة البصرية بسيطة وتعبر عن فكرة واحـدة. ولابـد أن تشتمـل فقط على معلومات من حديثك. استخدم أقل كلمات ممكنة، بعض الخبراء يقولون اثنـتي عشرة كلمة والبعض يقولون لا تستخدم أكثر من عدد الكلمات التي يمكـن أن تجدهـا علـى تي شيرت أو على أحد الملصقات الإعلانية. ويجب أن تكون كل المطبوعات والرسوم كبيرة وواضحة دون ازدحـام. ويجـب أن يكـون المشـاهد قـادراً علـى فهمـها في خمـس ثـوانٍ إلى عشرين ثانية. استخدم النشرات لتقديم أي معلومات تفصيلية.

لا تبدأ أو تنهي أي عرض تقديمي بوسيلة مرئيـة. أمـا شرائـح العنـاوين فيجـب أن يراهـا الجمهور قبل بدء العرض التقديمي، حتـى يعرفـوا أنـهم في الحجـرة الصحيحـة أو تكـون لديهم فكرة عن موضوع العرض التقديمي. وإذا كنت تستخدم شريحة للعنـوان، فاسـتخدم شريحة أخرى فارغة، وضعها بمجرد أن يبدأ البرنامج. وهذه الشريحة الفارغة تظل هنـاك طوال الافتتاحية.

ضع نقطة حمراء في حديثك أو مذكرتك لتعرف المكان الذي تظـهر فيـه الوسـائل المسـاعدة البصرية. لا تنس جمهورك وأنت تختار وتصمم وسـائلك المرئيـة. لا تعـرض شريـط فيديـو

إدارياً حين تحدث جمهوراً من المدرسين عن أهمية الكمبيوتر في حجرة الدرس. اعرض لهم شريطاً يثير اهتمامهم، إذ يجب أن يركزوا على طرق استخدام المدرسين الآخرين للكمبيوتر في الفصل أو الموضوعات المشابهة. إن استخدام كلمات وشرائط ووسائل لا ترتبط بهدفك ولا تراعي حاجة الجمهور مضيعة لوقت ثمين.

إياك أن تقرأ الوسيلة لجمهورك، أو تكرر الكلمات المكتوبة عليها كلمة بكلمة. وحاول أن يكون هناك تواصلاً بالعين بقدر الإمكان مع الجمهور.

لا تتوجه إلى الوسيلة، لا تنظر للشريحة أو الأوفرهيد بروجيكتور أو اللوحة أو السبورة وأنت تشرح الوسيلة لجمهورك. ولا تتحدث أيضاً وأنت تنظر إلى مذكرتك أو حين لا تكون في مواجهة الجمهور. تكلم وحسب حين يكون فمك وعيناك في مواجهة الجمهور. من المناسب جداً أن تكون هناك فترة صمت لثوانٍ وأنت تنظر لمذكرتك، أو تلقي نظرة على الشريحة قبل أن تتحدث عنها.

حين لا يكون فمك في مواجهة الجمهور فإن سماع الجمهور وفهمهم لك سيكون ضعيفاً، إذا لم يكونا منعدمين. وإذا كان الميكروفون معلقاً في ملابسك فإن الجمهور سيسمعك ولكن الكثيرين سيفضلون أن يروا فمك يتحرك وهم يسمعونك.

إن الوسائل المساعدة البصرية تعد طريقة أخرى تساعد بها نفسك على جذب انتباه الجمهور.

خياراتك من الوسائط المتعددة

مفتاح نظام التقييم

⬆ يوصى بها.

⬇ لا يوصى بها.

⬇ السبورة (سوداء أو خضراء أو بيضاء)

المزايا: يمكن أن تكتب عليها فكرة أو كلمة صعبة الهجاء.

العيوب: مفيدة فقط مع المجموعات الصغيرة. لا يكون هناك تواصل بالعين لأن ظهرك يكون للجمهور. تتسخ يداك ويسمع للطباشير صرير وتسقط الممسحة على الأرض! من الأفضل استخدام لوحات الأوراق التي تعد قبل العرض.

⬇ الكمبيوتر

المزايا: إذا كان لديك الميزانية للجهاز المناسب، فتدرب عليه جيداً. فالكمبيوتر وسيلة فعالة جداً، حيث تستطيع تغيير أوامر العرض وتغيير الرسالة واستخدام الرسوم المتحركة.

العيوب: إذا لم يكن لديك الجهاز المناسب ولا تعرف كيف تستخدمه، فإن الرسالة التي ستصل الجمهور دون أن تشعر هي أن الأمور غير منظمة.

نصيحة: لا تستخدم جهاز الكمبيوتر حتى تتعلم كيف تستخدمه. وحتى إذا كنت خبيراً، فتأكد من أن الجهاز في وضع الاستعداد لتقديم عرضك التقديمي قبل أن تبدأ. إذ من الأفضل أن تقع في الأخطاء قبل أن تقف أمام الجمهور.

⬆ لوحات الأوراق

المزايا: هذه اللوحات تعد وسيلة فعالة حين يتم إعدادها مسبقاً. فقد يكون هناك شخص يقلب لك اللوحات (أو ذراع تستطيع أن تقلب به الصفحات بينما تحتفظ بعينيك في مواجهة الجمهور) كما أنها وسيلة منخفضة الثمن.

وهي فعالة كذلك حين تريد أن تجمع بعض المعلومات من الجمهور. وفي البداية تستطيع تقديم أساسيات المناقشة، ثم تستطيع تسجيل النقاط الرئيسية التي يذكرها الجمهور.

ومن الممكن نزع اللوحات وتعليقها خلال اللقاء (لا تنسَ أن تحضر معك أداة للتثبيت إذا كنت تنوى ذلك).

واللوحات المعدة من قبل يمكن استخدامها من الوجهين.

العيوب: وسيلة فعالة فقط مع المجموعات الصغيرة. لن يكون هناك تواصل بالعين مع الجمهور إذا احتجت أن تكتب على اللوحة خلال العرض التقديمي.

نصيحة: قم بإعداد الأوراق مسبقاً. لا تهدر وقت الجمهور في كتابة أو رسم أي شيء خلال العرض التقديمي بينما يمكن إعداده مسبقاً.

- رقِّم الصفحات حتى تستطيع أن تجدها بسهولة خلال العرض.
- اختصر المداخل. لا تكتب كثيراً في نفس الصفحة بحيث لا تصبح فوضوية وصعبة القراءة.
- يجب أن تكون الحروف كبيرة وواضحة.
- استخدم أقلاماً ملونة كالأزرق والبني والأسود والبنفسجي، بحيث يمكن رؤيتها من آخر الحجرة (الأحمر والأخضر من الصعب رؤيتهما من مسافة).

الخرائط

المزايا: الخرائط رسومات شيقة يمكن استخدامها في العروض التقديمية، كما أنها تعد حقاً الطريقة الوحيدة لعرض المعلومات الجغرافية، مثل قرب محرق للقمامة من فناء مدرسة، أو الطرق والشوارع في منطقة حضرية!

العيوب: من الصعب أن تجد خريطة واضحة بحيث يمكن رؤيتها من آخر الحجرة. يجب أن تكون الخريطة ذات حجم كبير.

نصيحة: استخدم مؤشراً حتى يمكنك التواصل بالعين مع الجمهور وأنت تشرح. إذا كانت خريطتك معقدة، فاتركها وقتاً أطول مما تتركه للوحة بسيطة حتى يستطيع الجمهور أن يستوعبها تماماً.

الميكروفونات

ربما تحتاج إلى ميكروفون حتى يسمعك الجميع. وهناك أربعة أنواع من الميكروفونات:

ميكروفون المنصة وهو "يربطك" بها لأن هناك ميكروفونات حساسة لن تكبر صوتك لو ابتعدت عنها ولو بوصة واحدة.

- ميكروفون اليد: المذيعون في الشوارع يستخدمون في الغالب ميكروفونات بسلك طويل قد يعوق سيرهم. وحين تمسك هذا الميكروفون تكون هناك يد واحدة فارغة (والتي يجب استخدامها في الإشارة وليس في حمل الأوراق).

ميكروفونات القلادة التي تعلقها بملابسك وتترك يديك خاليتين، ولكنك قد تتعثر في أسلاكها إذا كنت تمشي وتتكلم في نفس الوقت.

- الميكروفونات اللاسلكية: وهي أسهل الأنواع ولكن حاول إذا استطعت ألا يبدو صوتك "رفيعاً".

المزايا: المزايا واضحة جداً فالميكروفون يتيح لجمهور أكبر أن يسمعك دون الحاجة لرفع صوتك.

العيوب: صدى الصوت والتشويش الذي يضايق الجمهور، وربما يؤذي الأذن. يمكن بالطبع أن يؤدي إلى انصراف الجمهور عنك. والميكروفونات الكبيرة يمكن أن تخفي وجه المتحدث. وأسوأ المواقف أن يتعطل الميكروفون ويتركك مع جمهور لا يمكن أن يسمعك ولو صرخت بأعلى صوتك.

نصيحة: حاول أن تجرب كل أنواع الميكروفونات بحيث تعتاد عليها وترى أيها أفضل بالنسبة لك. اطلب النوع الذي تفضله ولكن اعلم أنك قد لا تجده في الغالب. انتظر لحظة تحدد فيها اختيارك الثاني إذا لم يتحقق اختيارك الأول ولكن تعلم كيف تستخدم كل الأنواع.

حاول أن تجرب الصوت قبل أن يصل الجمهور. حاول أن تعدل الصوت ومكان الميكروفونات حتى تتجنب أي لحظات حرجة فيما بعد.

تذكر أن الميكروفون دائماً "مباشر" على الهواء. تأكد من أنك أغلقت الميكروفون حين لا تتحدث للمجموعة، وذلك قبل بدء العرض وخلال الاستراحة وبعد ذلك. لا تفعل كما فعل الرئيس ريجان حين قال "إخواني الأمريكان، يسرني أن أخبركم بأنني قد وقعت قانوناً سيريحنا من روسيا للأبد. سوف نبدأ الضرب خلال خمس دقائق". إنه لم يكن يعلم أن الميكروفون مفتوح. ولم يكن يعلم أن الميكروفون مفتوح حين قال عن الحكومة البولندية إنها "شرذمة من المتسكعين" خلال تجريب الصوت أو حين قال "كان العالم يتجه نحو الجحيم" مرة أخرى أثناء تجريب الصوت.

وهناك أمثلة مروعة لأخطاء ميكروفونية شنيعة، قال بوزو المهرج في برنامجه التلفزيوني اليومي الذي يعرض يوم الجمعة قبل الختام: "لا تكونوا أشقياء،

ولا تغضبوا آباءكم، ولا تنسوا غسل أسنانكم، وسوف أراكم يوم الاثنين"، ثم قال وهو لا يدري أن الميكروفون مازال مفتوحاً: "إلى اللقاء إذاً أيتها البهائم الصغيرة".

قال الرئيس ريتشارد نيكسون للمذيع التلفزيوني ديفيد فروست في لقاء عام ١٩٧٦: "حسناً، هل وجدت حذاءً يناسب مقاس قدمك؟" هذه الجوهرة انتقلت من ساحل إلى ساحل عبر أمريكا.

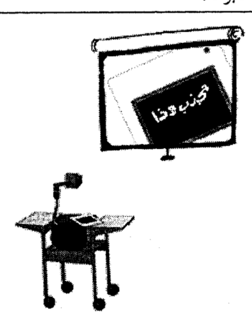
وأخيراً، لدينا المتحدث الذي نسى الميكروفون اللاسلكي معلقاً بملابسه ومفتوحاً ودخل به دورة المياه.

الأوفرهيد (الشريحة الشفافة أو العادية)

المزايا: يمكن تغيير اللوحة بسرعة وبسهولة، وهي غير باهظة الثمن، ويمكن رؤيتها في الإضاءة العادية.

العيوب: ليست بدقة الشرائح ويمكن أن تشوش الجمهور حين تشتمل على معلومات كثيرة. كما أنها تنزلق بسهولة وتجدها غير مضبوطة على الشاشة (شكل ١٣). كما أن الضوء الأبيض بين الجهاز والشاشة قد يكون فرعياً. بالإضافة إلى أن الجهاز أحياناً يسبب الضوضاء ويعيق رؤية الجمهور.

الشكل ١٣: ضع اللوحة مضبوطة.



نصيحة : إذا كنت ستستخدم الأوفرهيد بروجيكتور، ثبت مسطرة أعلى الزجاج حتى تكون اللوحة –أو على الأقل أعلاها– مستقيمة. حاول أن تتدرب على صورة المرآة بالأوفيرهيد بحيث تعرف ما إذا كان تحريك الصورة لليمين أو لليسار سيجعلها مستقيمة. يمكنك تغطية الضوء بين الجهاز واللوحة بتثبيت كارت على الضوء ورفعه عن عرض صورة (يمكنك أيضاً أن تطفئ الجهاز).

لا تضع أبداً صفحة من نص أو كتاب على الأوفرهيد إذ لن يراها المشاهد لأنها ستكون صغيرة ولن يقرأها أحد ولن تجد أحداً يريد أن يقرأها. إذ بمجرد أن تظهر صفحة من نص على الأوفرهيد سينصرف الجمهور عنها وعنك.

استخدم كلمات بارتفاع ٠,٥ بوصة على الأقل (بنط ٥٤ إلى ٧٢) حتى تتأكد من أن الجميع يرون كلماتك.

وإذا كنت تريد من المشاهد أن يفهم رسوماتك، فلا تستخدم أكثر من خطين أو ثلاثة فيها. وإذا كنت تريد من المشاهد أن يرى اتجاهاً وحسب، تستطيع أن تستخدم المزيد. لا تجعل لوحاتك الملونة أو رسوماتك البيانية العمودية تتخطى سبعة ألوان أو أعمدة، وضع العلامات خارج كل عمود.

♠ الأدوات المسرحية

المزايا: استخدام هذه الأدوات وسيلة فعالة جداً لأنها تجعل العرض التقديمي أكثر إمتاعاً.

العيوب: يجب أن تكون كبيرة الحجم بحيث يراها كل الجمهور. من هذه الأدوات التي ثبت فعاليتها الصحف بعناوينها الكبيرة والمنتجات مثل مجسات الدخان وسلة المهملات الممتلئة بالصحف والألعاب المعيوبة. وحجم الأداة المستخدمة يتوقف على حجم الجمهور وحجم الحجرة.

♠ الشرائح

المزايا: وسيلة فعالة ودقيقة.

العيوب: باهظة نوعاً ما (١٣–٣٠ دولاراً) للشريحة، في الغالب تكون مكتظة بالمعلومات وألوانها سيئة وموجودة منذ فترة طويلة.

نصيحة: يجب أن تكون الشرائح بسيطة وتعبر عن فكرة واحدة. ويجب أن يشتمل السطر على ست كلمات، والشريحة على ستة سطور على الأكثر.

وبمجرد أن تبدأ في استخدام الشرائح (أو الأوفرهيد) فعليك أن تستمر في تغيير الصور أو تضع صورة فارغة (سوداء) حين يكون ما تقوله غير مرتبط بالصورة. المحصلة الختامية: إنك ليس من مصلحتك أن يرى جمهورك شيئاً ويسمع شيئاً آخر، لأن هذا يشوش تفكيره. يجب أن تكون شرائحك مرقمة، وإما أن تكون كلها أفقية، وإما أن تكون عمودية وليست مختلطة (والصورة الأفقية هي الصورة المعتادة، وهي الأسهل لقراءة النصوص والرسومات). جرب الشرائح قبل العرض وتأكد من أنها مرتبة ترتيباً صحيحاً، وفي الوضع الصحيح. علّم أعلى الشريحة بحيث تعرف بسهولة وضعها الصحيح حين تضعها في الجهاز.

إذا كانت لديك ست نقاط مترابطة (مثلاً: ست طرق لبدء الحديث) فكر في استخدام شرائح "مركبة" (شكل ١٤). فهذه الطريقة تكشف المعلومات تدريجياً مما يؤدى إلى التواصل الفعال. ويمكنك استخدام شريحتين أو ثلاث أو ست مركبة لتنظيم النقاط، مثلاً تستطيع أن تستخدم شريحتين بحيث تكتب النقاط الثلاث الأولى في أول شريحة، ثم الست نقاط كلها في الشريحة الثانية، أو تستخدم ثلاث شرائح: نقطتين في الأولى ثم أربعة في الثانية ثم الستة كلها في الثالثة (شكل ١٤)، أو تستخدم ست شرائح: تذكر في الشريحة الأولى أول نقطة، وفي الثانية النقطة الأولى والثانية، وهكذا. أما إذا وضعت كل النقاط في شريحة واحدة، فإن الجمهور سيقرأ جميع النقاط بمجرد عرضها. وهكذا، تقف بلا حيلة بينما يقرأ الجمهور كل الشريحة.

وإليك خمس أفكار جيدة لاستخدام الشرائح:

١. تأكد من أن ألوانك يمكن رؤيتها مع الإضاءة.

٢. اختصر كمية المعلومات.

٣. احتفظ بلمبة إضافية للبروجيكتور.

٤. تأكد من أن المنضدة أو حاملة البروجيكتور ثابتة.

الشكل ١٤: استخدم شرائح مركبة.



٥. استخدم مؤشراً طويلاً أو سهماً مضيئاً إذا كانت هناك نقاط جيدة تريد الجمهور أن يركز عليها (قد يكون التليسكوب أو مؤشر الليزر باهظاً). ولكن انتبه بحيث لا تستمر في الإشارة بالمؤشر بعد أن تنتهي من شرح اللوحة.

الفيديو

المزايا: يساعد الفيديو في تنظيم إيقاع العرض التقديمي بتقسيمه، كما يساعدك في أن يرى الجمهور ما لا يمكن أن تعرضه أو تفعله بنفسك.

العيوب: باهظ التكاليف (من ٢٠٠٠ إلى ٣٠٠٠ دولار للدقيقة الواحدة الجاهزة للعرض). أما إذا حاولت تنفيذ مشروعك بميزانية بسيطة، فإن عرضك التقديمي سيبدو كعروض المبتدئين.

نصيحة: يجب أن يقوم محترفون بإنتاج شريط الفيديو. ويجب أن تكون المادة شيقة وإيقاع الفيلم مناسباً. والطول المثالي للكثير من شرائط الفيديو من خمس لسبع دقائق. وإذا اشتريت أو استخدمت شريطاً ليس بالقدر المطلوب من الإقناع، فلتستخدم جزءاً منه أو لا تستخدمه أصلاً، لأنه من الممكن أن يفسد تدفق عرضك التقديمي.

يجب أن يكون حجم الفيديو مناسباً بحيث يراه كل المشاهدين. وهذا معناه أن تكون الشاشة كبيرة ويكون هناك عارض خلفي، أو تكون هناك شاشتان أو أكثر في الحجرة، وذلك حسب حجمها.

يجب أن تكون قادراً على إلقاء حديثك أو عرضك التقديمي بدون الفيديو، وبدون أن يدرك الجمهور الاختلاف. إذ ماذا ستفعل لو نسي المنظمون تجهيز فيديو، أو أن الفيديو لم يعمل، أو أنك نسيت إحضار الشريط؟



الجزء ٢

إلقاء العرض التقديمي

لا تردد على مسامع الجمهور –عند الإمكان– ما كتبته في عرضك التقديمي (شكل ١٥). فالاستماع لشخص يقرأ حديثاً مثل الاستماع لشخص يقرأ دليل التليفون. في الغالب لا يكون هناك إحساس بالكلمات ولا إثارة ولا حماس ولا مشاعر ولا أي شيء يساعدك على الاحتفاظ باهتمام الجمهور. إذا قرأت حديثك للجمهور أو تحدثت بنغمة رتيبة باردة، فستكون مملاً، وسوف يتحول الاستماع إلى عبء، ولن يستمر في الاستماع سوى القليلين. وحتى تتجنب هذا وتنجح في الفوز باستحسان الجمهور فلابد أن تتدرب.

الشكل ١٥: سوف تغرق عرضك التقديمي لو قرأته من الورق.



الفصل ٥

مرحلة الاستعداد

تدرب، تدرب، تدرب

إن أفضل علاج للخوف من المسرح هو الاستعداد الكامل والجاد والتام.

—جاك فالنتي، كاتب خطب الرئيس ليندن جونسون ورئيس نقابة الصور المتحركة الأمريكية.

لا يوجد في العالم كله سوى القليلين من المتحدثين الموهوبين. أما من تظن أنهم عظماء في الحديث، فقد تدربوا لسنوات وسنوات. لقد بدأ الدكتور مارتن لوثر كنج الصغير الوعظ وهو طفل. أما عضو الكونجرس جون لويس، فقد قال إنه كان يتدرب على الدجاج في مزرعته "كنت أجعلها تحني رؤوسها ولكني لم أستطع أبداً أن أجعلها تقول ما أريده".

إن مجرد قدرتك على الكلام لا تعني أنك متحدث مؤثر وبارز. إن إجادتك لأي شيء (كالتنس أو التزحلق على الجليد أو البولنج) تحتاج إلى تدريب. إن أكثر الخطب طلاقة وسلاسة وتلقائية ما هي إلا نتاج ساعات طويلة من التدريب.

إن التدريب يزيد من تعود المتحدث على الحديث ويزيد من ثقته. لقد ذكر الرئيس رونالد ريجان بدون أي إحراج أنه يتدرب على حديثه خمس مرات. إذا لم تكن مستعداً –إذا لم تتدرب– فإنك:

- ستطرف بعينيك بشكل متكرر.
- ستبحث عن الكلمات.
- لن تكون منظماً، وسترتبك، وتقول أي شيء يخطر على بالك.

- ستقول "أوه" مرات كثيرة.
- ستبحث في الصفحة عن الجملة التي كنت ستقرأها.
- ستبحث عن كلماتك ، وكل هذا سيربك المستمع.

كانت لمحام قضية أمام المحكمة العليا بالولايات المتحدة منذ عدة سنوات ، وكان يتدرب على مرافعته عدة مرات أمام ثماني زجاجات (حيث كان هناك في ذلك الوقت ثمانية قضاة فقط). كان كذلك يتدرب على الأسئلة المتوقعة من القضاة. وفي النهاية فاز بالقضية!

الخطوات الخمس المضمونة في التدريب

كلما كنت مستعداً، انخفض قلقك. وكلما كنت مستعداً، ازددت تأثيراً. وكلما قل استعدادك، زاد قلقك. وكلما زاد قلقك، قل تأثيرك. وإذا كنت تريد أن تكون مؤثراً، فمن المهم ألا تكون قلقاً. وإذا لم تستعد، فإنك ستقلق.

الخطوة الأولى: اطبع عرضك التقديمي

اطبع أو اكتب كل عرضك التقديمي بكل كلمة فيه. تأكد من أن كل صفحة في حديثك تنتهي بنقطة. فلا يجب أن تقلب الصفحة وأنت في منتصف الجملة عند التدريب.

لكي لا تبحث عن الجملة التي كنت ستقرأها في الصفحة وأنت تتدرب ، استخدم مسافات مضاعفة أو ثلاثية ، واستخدم هامشاً عريضاً (بوصتين). استخدم خطاً كبيراً –على الأقل بنط١٨– وهكذا تستطيع عندما تنظر في الورقة أن تلتقط جملة كاملة ، مما يتيح لك سهولة التواصل بالعين مع الجمهور والظهور بمظهر الملم بالمادة ، مما يجعلك أكثر إقناعاً. لا تكتب كل حديثك بالحروف الكبيرة ، فإنها صعبة القراءة.

الخطوة الثانية: اقرأ عرضك التقديمي بصوت مرتفع

الخطوة الثانية في التدريب هي القراءة بصوت مرتفع وببطء من البداية للنهاية مع الاحتفاظ بقلم في يدك. والقراءة الصامتة هنا لن تفيد.

يجب أن تبدو وكأنك تتكلم مع أحد، تماماً كما لو كنت تتكلم مع شخص في الحديقة أو عبر طاولة المطبخ. يجب أن تلقي حديثك كما لو كنت تتحدث مع الجمهور، وليس إليه.

استبدل الكلمات المتخصصة بكلمات أسهل في الفهم، إلا إذا كان كل المستمعين على علم بهذه الكلمات. استبدل الكلمات صعبة النطق بكلمات أسهل. تأكد من أن كل كلماتك وعباراتك قوية المعنى وأنها جميعاً مرتبطة بهدفك. وحتى تحقق التأثير المطلوب يجب أن يعرف المستمع بالضبط وفي كل لحظة ما تتحدث عنه. وإذا كنت تستخدم كلمات أو عبارات تحتاج إلى شرح كي يفهمها المستمع، فإنه لن يتابع الكلمات أو الجمل التالية في محاولته لفهم ما قيل تواً. وإذا كنت قلقاً بشأن مثل هذه الكلمات والعبارات، فاقرأ حديثك لشخص لا يعمل في مجالك وليست لديه خبرة، واجعله يوقفك كلما استخدمت كلمة أو عبارة لم يفهمها.

وكما ذكرنا من قبل، لا يجب أن تزيد أي جملة على عشرين كلمة، وعليك أن تعد كلمات كل جملة كي تتأكد من ذلك. وحين تجد جملة أكثر من عشرين كلمة، إما أن تختصرها وإما أن تقسمها إلى جملتين. وأحياناً -ولكن ذلك نادر- ستجد من الصعب جداً طباعة الجملة:

> هذه الشبكات الجديدة، التي تستخدم الخطوط المصنوعة من الألياف البصرية، ستنقل المعلومات أسرع ١٠٠٠ مرة على الأقل من خطوط الهاتف الحالية (٢١ كلمة، لذلك وضعنا فاصلتين)

ولذلك فإن أفضل شيء يمكن أن تفعله هو أن تجد مكاناً تضع فيه نقطة أو فاصلة. وحتى تبدو طبيعياً اكتب (وقفة) وضع فاصلة حين تريد أن تتوقف وقفة بسيطة. حاول الآن أن تقرأ الجملة.

> هذه الشبكات الجديدة (وقفة) التي تستخدم الخطوط المصنوعة من الألياف البصرية (وقفة) ستنقل المعلومات أسرع ١٠٠٠ مرة على الأقل من خطوط الهاتف الحالية.

استمر في القراءة بصوت مرتفع والتغيير حتى تتوصل إلى الحديث الذي يعجبك. والآن، حان وقت تحديد ما إذا كنت تحتاج إلى وسائل مساعدة بصرية. وإذا كنت تحتاج إلى

وسيلة مساعدة بصرية، فأي وسيلة؟ اصنع الوسيلة أو اطلبها الآن (انظر الفصل ٤). عُدْ إلى عرضك التقديمي. ضع خطاً مائلاً (/) أو اكتب (وقفة) حين تريد أن تتوقف، أو ضع خطاً تحت الكلمات والعبارات التي تريد أن تؤكدها، أو اكتبها بخط مميز (المزيد عن الوقفات في الفصل ٦). إنك تستطيع أن تغير معنى جملة عادية ببساطة من خلال تغيير الكلمات التي تؤكدها في القراءة. اقرأ هذه الجمل السبع بصوت مرتفع، وركز في كل مرة على الكلمة التي تحتها خط وتبين الاختلاف.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

أنا لم أقل أبداً أنه سرق المال.

وأنت تتدرب ستجد ثقتك تزداد. اسأل نفسك دائماً: لماذا أذكر هذه الجملة؟ هل تتعلق بهدفي؟ هل أنا واضح في هذه الجملة؟ ابدأ في حفظ افتتاحيتك.

حدد ما ستفعله بيديك

هناك مكانان مقبولان ومؤثران ليديك وذراعيك وأنت تتحدث. هما: الإشارة، وحين لا تكون هناك إشارة ضعهما بجوارك حتى تحتاج لهما مرة أخرى في الإشارة. والإشارة جيدة لأسباب عديدة:

- التخلص من الشحنات العصبية.
- تجعل مشاهدتك ممتعة.
- تجعلك تبدو مسترخياً وطبيعياً.
- تزيد من التأكيد على الكلمات.
- تزيد الإحساس والتشويق والتنوع في صوتك.
- من الممكن استخدامها لتوضيح ما تقوله.

أفضل طريقة لتحسين أي حديث علني هي اختصاره. —مجهول

مثلاً حين تقول "إن الاقتصاد في صعود" ارفع يدك. وحين تقول "تحدثنا عن كاليفورنيا" حرك يدك وذراعيك الأيمن إلى اليمين. وحين تقول "الآن، لنتحدث عن الساحل الشرقي" حرك يدك وذراعك إلى الجهة الأخرى (ناحية الساحل الشرقي).

وتستطيع أن تريح يديك إلى جانبك أو تسندها على المنصة (دون أن يلتصقا بها) ولكن فقط بين الإشارات.

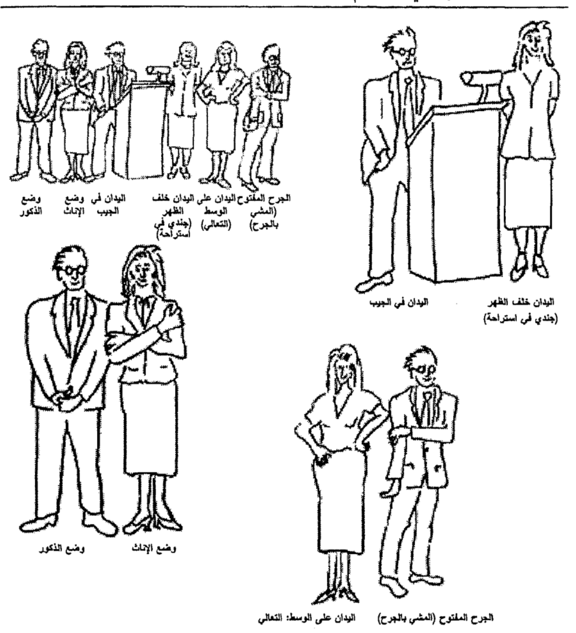
ضع ساعتك على المنصة حين تبدأ حتى لا تأخذ أكثر من وقتك. ستكون رائعاً.

محاذير في استخدام اليدين والذراعين

هناك عدد من الإشارات وأوضاع اليد تشتت المستمع (شكل ١٦). تجنب هذه الأوضاع:

- وضع اليدين بعضهما فوق بعض أسفل البطن.
- وضع اليدين بالجيوب، حيث لا تستطيع أن تشير وتبدو كما لو كنت مكتفاً.
- القدمان متباعدتان بمقدار عرض الصدر، واليدان خلف الظهر، كما لو كنت جندياً يقف في استراحة.
- وضع اليدين بعضهما فوق بعض على الصدر. هذا الوضع يقول "لا أريد أن أكون معكم".
- وضع اليد على الوسط، أو الإشارة بإصبع إلى الجمهور يجعلك تبدو ديكتاتورياً.
- وضع الجرح المفتوح، حيث تكون اليد على الصدر ممسكة بأعلى الذراع الأخرى. إذا وضعت -وخاصة لو كنت رجلاً- يدك في جيبك يجب ألا يكون به مفاتيح أو عملات معدنية.

الشكل ١٦: تحذيرات في استخدام اليدين.



الخطوة الثالثة: التدريب على كتابة العرض التقديمي باستخدام ثلاث أدوات مساعدة

الآن تدرب على عرضك التقديمي أمام مرآة وفي وجود ساعة ميقاتية ومسجل. اضغط على الساعة الميقاتية، وأدر المسجل بمجرد أن تبدأ.

انظر في المرآة وأنت تقرأ ولاحظ تعبيرات وجهك. من المـهم أن تبـدو مـن خـلال تعبـيرات وجهك متفتحاً ومتفائلاً، لا غاضباً ومتعالياً. لاحظ وقفتك وحركاتك وابتسـامتك (هـل هـي مناسبة) وأنت تقرأ.

أغلق المسجل، وأوقف الساعة حين تنتهي. هل انتهى حديثك خلال الوقت المسموح بـه؟ إذا كان الحديث طويلاً، فلابد أن تختصره. لا تخطط للحديث على نحو أسرع وحسب.

ومن المتوقع أن تقول ١٥٠ إلى ١٨٠ كلمة في الدقيقة أو عشرة إلى اثني عشر سـطراً مطبوعـاً خلال دقيقة تقريباً. عشرة سطور إذا تحدثت ببطء واثني عشر سطراً إذا تحدثـت بسـرعة. لا شيء يمكنه أن يحل محل هذه الخطوة الرئيسية؛ الطباعة تجعل الحديث أفضل.

استمع لشريط عرضك التقديمي وأنت بالمنزل أو في السيارة، أو وأنت تمارس الرياضـة. لـن تجد لديك رغبة في ذلك. إننا لا نحب الاستماع لأصواتنا. ستتساءل مذعـوراً "أهكـذا يبـدو صوتي فعلاً؟" نعم، ومن سمعك كل هذه السنوات مازال يحبك! دعك من هذا الكلام!

اسأل نفسك: كيف كان حالك؟ هل كنت تقرأ بسـرعة كبـيرة؟ أو ببـطء شديـد؟ هـل كـان هناك إحساس بالكلمات وحماس في صوتك؟ وبعد أن تنتهي من هذا العمل الشاق، سـتجد عرضك التقديمي أفضل مائة مرة من التسجيل مهما كان العرض المسجل جيداً.

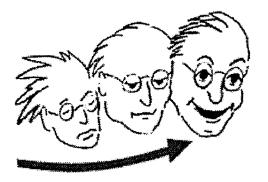
هناك عبوس يجعلك تبدو غاضباً، أو لا يوجد تعبير بالمرة بحيث تكون شفتاك همـا اللتـان تتحركان وحسب، أو يكون حاجباك لأعلى وتبدو متفتحاً. إنك تحتـاج لأن تبـدو متفتحـاً (شكل ١٧).

الخطوة الثالثة أ: تدرب على الوسائل المساعدة البصرية

إذا كنت تستخدم وسائل مساعدة بصرية، يجب أن تكون جاهزة الآن. ألق حديثك كـاملاً مع الكتابة على الأوفرهيد أو تغيير الشرائح في الوقـت المناسـب. ضـع علامـات حمـراء في حديثك حين يكون المطلوب تغيير الوسيلة المساعدة البصرية.

أيـها المتحدثـون وكـاتبي الخطـب العظمـاء: أعـدوا أحـاديثكم وهذبوهـا وتدربوا، تدربوا، تدربوا. ضعوا الخطة وأعدوا، أعدوا، أعدوا الحديث. أعدوا الحجرة أعدوا أنفسكم.

الشكل ١٧: وجه "عبوس" – وجه "محايد" – وجه "مبتسم".



الخطوة الرابعة: اختصر عرضك التقديمي واجعله في صورة طلقات

أنت الآن قد كتبت حديثك، وألقيته مرتين، وسمعته مرة، وبدأت تحفظه. الآن، جاء دور تلخيص العشر صفحات إلى نقاط أو عبارات في ست نقاط على ورق مقوى مقاس ٥ × ٧، أو صفحة مقاس ٨,٥٠ × ١١. رقّم كل ورقة أو صفحة. استخدم المسجل مرة أخرى والساعة الميقاتية إذا كان حديثك مازال طويلاً. وتدرب على كل الحديث أمام مرآة مرة أخرى.

تدرب الآن على الإشارات إذا لم تكن فعلت ذلك من قبل. إن المتحدثين الذين يشيرون بأيديهم يكونون أكثر إقناعاً في مشاهدتهم والاستماع إليهم. وإذا كان الموقف يسمح بذلك، فأطلق مشاعرك وتحدث من القلب مثل دكتور مارتن لوثر كينج الصغير. ستجذب انتباه كل من في الحجرة. في الواقع، إذا أردت أن تقابل بعضاً من أفضل المتحدثين وأكثرهم تملكاً لمشاعر الجماهير، فاسأل عن أكثر خطباء المساجد إثارة للمشاعر واحضر خطبهم. سوف تتعلم كثيراً وتستمتع كثيراً.

استمع للشريط مرة أخرى.

عائد كل هذا التدريب هو أنه سيجعل منك شخصاً أكثر ثقة واتزاناً.

الخطوة الخامسة: ارتدِ زيك للبروفة

آخر خطوة في التدريب هي الإلقاء بمذكرتك أو بدونها، وبارتداء ملابسك التي سترتديها في الندوة أمام كاميرا فيديو. أحضر "مدرباً" لسماع الشريط، ويجب أن يكون هذا الشخص صادقاً للغاية. ربما يكون من الصعب إيجاد هذا الشخص ولكن لابد أن تجده.

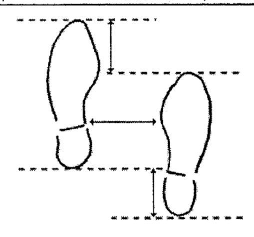
هل تفعل أي شيء يضايق الجمهور أو يشوش تفكيره، مثل المشي عدة خطوات وأنت تتكلم أو مسح العين أو فركها أو لوى اليد أو اللعب في نظارتك أو رباط عنقك أو الإشارة بإصبعك أو جذب أذنك؟ اسأل نفسك الأسئلة التالية:

- كيف تبدو؟
- هل تبدو ملابسك كما تريد؟
- هل تجذب افتتاحيتك انتباه الجمهور؟
- ماذا عن التواصل بالعين مع الجمهور؟
- هل تجول بعينيك في الحجرة (وأنت تنظر للجمهور) ٩٠٪ من الوقت؟
- هل تبدو متفتحاً في تعبيرات وجهك؟
- هل هناك إشارة باليد؟
- هل كنت في عمومك جذاباً؟
- هل من السهل تذكر خاتمتك؟

يجب أن تكون وقفتك مستقيمة، ولكن غير مشدودة. لا تتكئ على المنصة، أو تسترخي عليها، أو تمسك الميكروفون بكلتا يديك.

وحتى تتجنب الميل للأمام أو للخلف أو الانتقال من ساق لأخرى، قف على كلتا ساقيك، بحيث تكونان منفرجتين بقدر اتساع الصدر، وأحدهما أمام الأخرى بمقدار نصف قدم. لا يمكن أن تتأرجح وأنت في هذا الوضع. جرب هذا الوضع (شكل ١٨).

الشكل ١٨: لتتجنب الميل للأمام والخلف، قف وإحدى قدميك أمام الأخرى بنصف قدم.



إذا كان بعرضك التقديمي فقرة أسئلة وأجوبة، فتدرب عليها أيضاً. من الممكن أن تضع أنت ومعاونوك قائمة بالأسئلة التي من الممكن أن توجه إليك وإجاباتها. ضع تلك الأسئلة التي تطرح دائماً عن موضوعك، والأسئلة التي تحب أن تُسألها، والأسئلة التي لا تتمنى أن يوجهها لك أحد.

يجب أن تعرف إجابة أي سؤال محتمل. اجعل معاونيك أو زملاءك أو أصدقاءك يسألونك هذه الأسئلة، أمام كاميرا إذا أمكن، وأجب عليها إجابات وافية بصوت مرتفع. تذكر كيف كنت تعطي والديك وأنت في الصف الرابع قائمة من الكلمات قبل امتحان الهجاء لاختبارك. هذا التدريب على نفس القدر من الأهمية، ويهدف لنفس النتيجة.

تذكر أغنية الكاتب الساخر توم لهرار "أغنية طابور الكشافة": "لا تكن عصبياً، لا تكن مضطرباً، لا تكن خائفاً. كن مستعداً".

قائمة ١٠: بطاقة تقييم المتحدث

كي تصبح الأفضل، عليك أن تنظر للنقد كهدية. كخطوة أخيرة في التدريب، اجمع بعض الناس ممن تستطيع أن تلقي أمامهم حديثك. أعطِ كل واحد منهم نسخة من الصفحة التالية، واطلب منهم أن يجيبوا عليها خلال حديثك وبعده. وكل علامة تعد هدية لك قد تجعلك -إذا انتبهت إليها- متحدثاً أكثر تأثيراً.

اسم المتحدث: ______________________________

هل المتحدث (ضع علامة أمام ما توافق عليه)

___ استخدم الإشارات؟
___ قرأ الحديث؟
___ بدا واثقاً من نفسه؟
___ أظهر إحساسه بالموضوع؟
___ بدا خائفاً؟
___ بدا منسجماً مع المستمعين؟
___ استخدم الفواصل؟
___ بدا منظماً؟

___ كان يتواصل بالعين مع الجمهور؟
___ تحدث بصوت واضح؟
___ كان متمكناً من الموضوع؟
___ استخدم مصطلحات أو لغة خاصة أو اختصارات لم تفهمها؟

هل كان المتحدث يتحدث
___ لك؟
___ لأناس أعلى منك؟
___ بطريقة متعالية؟

هل كانت هناك أمثلة وقصص ونوادر كافية؟ نعم/لا

هل تستطيع أن تتذكر إحداها؟ نعم/لا

إذا كنت تستطيع أن تتذكر إحداها، فماذا كان موضوعها؟ ______________

____

هل كانت ملابس المتحدث أو إشاراته تشتتك؟ نعم/لا

ماذا كان الغرض من الحديث كما فهمته؟

____

ما الثلاث نقاط التي وضحها المتحدث؟
النقطة الأولى: ______________
النقطة الثانية: ______________
النقطة الثالثة: ______________

هل فقدت في لحظة اهتمامك بالحديث؟ نعم/لا
إذا كانت الإجابة بنعم، ففي أي نقطة؟ ______________

هل كانت الافتتاحية جذابة؟ نعم/لا

هل كانت الخاتمة مؤثرة؟ نعم/لا

هل كان المتحدث يستخدم أرقاماً كثيرة؟ نعم/لا

هل كان الحديث:

___ طويلاً جداً؟
___ قصيراً جداً؟
___ مناسباً؟
___ مملاً؟
___ شيقاً؟

هل كان إلقاء المتحدث:

___ مفعماً بالحيوية؟
___ حماسياً؟
___ رتيباً؟

هل كانت الوسائل المساعدة البصرية:

___ وثيقة الصلة بالموضوع؟
___ شيقة؟

هل قرأها المتحدث؟ نعم/لا

الخوف من المنصة

إن عقل الإنسان يبدأ عمله منذ لحظة الميلاد، ولا يتوقف إلا لحظة الوقوف لإلقاء حديث علني.
—مجهول

هناك أخبار سيئة وأخبار جيدة عن الخوف من المنصة. والأخبار السيئة هي أنك تكون قلقاً. والأخبار السارة هي أنك تكون قلقاً. إن الخوف من المنصة علامة على الاهتمام. إن زيادة الأدرنالين والعرق معناها –صدق أو لا تصدق– أنك تريد أن تقوم بعمل جيد. توقع هذا واقبله.

إنك ستجد في أي قائمة للخوف أن الخوف من مواجهة الجمهور يأتي أولاً قبل الخوف من الموت. إن الخوف من الحديث أمام الناس هو في الواقع ثلاثة مخاوف: الخوف من الفشل أو عدم إجادة الحديث، الخوف من الجمهور لأن الواحد ينظر للجمهور كسلطة

تصدر حكماً، والخوف من مادة الحديث. إن الخوف من الحديث أمام جمهور يعوق الكثيرين عن إعطاء حديث جيد، بينما يمنع آخرين من الوقوف أمام الجمهور أصلاً.

المخاوف العشرة الكبرى

١. الحديث أمام مجموعة
٢. الارتفاعات
٣. الحشرات
٤. المشكلات المالية
٥. المياه العميقة
٦. المرض
٧. الموت
٨. الطيران
٩. الوحدة
١٠. الكلاب

صدق أو لا تصدق، إن سرعة النبض وابتلال باطن اليد وجفاف الحلق والسيقان المرتعشة الواهية والفم الجاف والغثيان والأيدي المرتعشة وقصر النفس والأعصاب المشدودة والصوت الضعيف وكل المشاعر السيئة تزيد كلها من إثارة عرضك التقديمي (شكل ١٩).

إذا كنت عصبياً، فاعلم أن:

- المستمع لا يلاحظ عصبيتك. إنه يريد أن يستمتع بحديثك ويتوقع منك أن تكون متحدثاً جيداً.
- الجمهور يريد الاستماع إليك، وهو هنا لأنه يريد أن يكون هنا.
- الرعب عادةً ما يزول بمجرد أن تبدأ (وخاصة إذا استخدمت خطوات التدريب الخمس).

الشكل ١٩: توقع واقبل العصبية.



إن حديثك سيكون مسطحاً ورتيباً ومملاً وضعيفاً إذا لم تشعر بقدر من الخوف. لا يجب أن تشعر بالاسترخاء ولكن بالتحمس والإثارة. وإذا كنت تشعر بالاسترخاء، فحاول أن تشعر ببعض الخوف!

وضع الخوف تحت السيطرة

بالرغم من كون قليل من الخوف مفيداً فإن الكثير من الخوف يؤدي إلى شلل الحركة. ولذلك أعطيك هنا بعض الأفكار للسيطرة على الخوف:

حاول أن تفكر في أشياء إيجابية مثل:

أستطيع أن أنجح.
يسعدني أنني هنا.
يسعدني أنكم هنا.
إنني أهتم بكم.
إنني أعرف موضوعي.

لا تظهر خوفك أو تشرك فيه أحداً أو تتحدث عنه. حاول أن تبدو واثقاً، وتصرف بثقة. إذا كان عليك أن تفعل شيئاً، فلتتظاهر بغير الحقيقة. إذا أعددت نفسك جيداً، فسوف تؤدي بصورة جيدة. إذا اتبعت خطوات التدريب الخمس، فإن الخوف والعصبية سينتهيان في اللحظات الأولى لبدء الحديث.

وإذا كان خوفك بالغاً، فإن هناك عدة طرق لتخفيف الضغط، والسيطرة على القلق:

١. اصعد بعض الطوابق واهبطها.

٢. أدِ تدريبات موضعية: شد بعض عضلات جسمك واحتفظ بها مشدودة لثوانٍ (اليدين، الساقين، المعدة) ثم استرخِ. ستجد التوتر يختفي في الغالب.

٣. خذ نفساً عميقاً: خذ نفساً عميقاً من الأنف حتى تنتفخ البطن. احتفظ بهذا الوضع لثلاث عدات، ثم أخرج الهواء من فمك. يزيد هذا التمرين من كمية الأكسجين، مما ينبه المخ ويقلل التوتر. كرر التمرين.

٤. تثاءب عدة مرات ليسترخي الفكان.

٥. قم ببعض التمرينات (شكل ٢٠). كان المغني هاري بيلافونت معروفاً بأداء بعض الشقلبات قبل الغناء.

الشكل ٢٠: قم ببعض التمرينات للسيطرة على القلق.

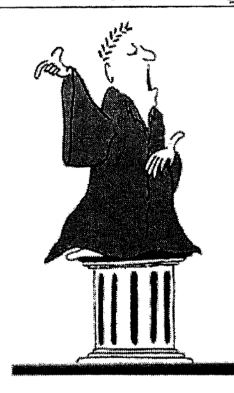


٦. مارس التأمل. اذهب لركن، أغلق عينيك وامحُ كل الأفكار والصور من ذهنك. إذا ظهر أي شيء في ذهنك، فامحه. دقيقة واحدة من هذا التمرين ستكفي، ودقيقتان أفضل.

٧. مارس التخيل. بعض المتحدثين يستخدمون التخيل لتقليل القلق وتأكيد النجاح. ففي الليلة التي تسبق الحديث يغلقون عيونهم ويتخيلون أنفسهم وهم يتحدثون من البداية

للنهاية. وحين يقفون أمام الجمهور في الواقع لإلقاء الحديث يبدو الأمر كما لو أنهم يلقونه للمرة الثانية، ويبدون في أفضل صورهم (انظر الشكل ٢١).

الشكل ٢١: تخيل أنك تلقي حديثاً عظيماً وسوف يحدث هذا!



وهناك أيضاً بعض الأشياء التي لا يجب أن تفعلها:

١. تجنب التدخين. إن التدخين لا يهدئك، ويشوش تفكيرك. إن التدخين يجعل أداءك غير جيد. في الحقيقة ستفعل كل ما كنت ستفعله دون تدريب، مثل التلعثم وضياع الجملة التي ستقرؤها.

٢. لا تحاول التخلص من الخوف لأنك لن تستطيع، والأهم أنك لا تريد ذلك. تذكر أن الخوف منبه يساعدك على إتقان عملك!

أسبوع ويوم حديثك

أما في أسبوع عرضك التقديمي، فاقرأ الجرائد أو استمع للأخبار يومياً، وخاصة في صباح يوم الحديث. وإذا كان هناك في الأخبار أي شيء يتعلق بالمجموعة التي ستلقي إليها

الحديث، فلتذكره، فسوف يزيد هذا من مصداقيتك. أو ربما يُوجه إليك سؤال متعلق بشيء في الأخبار، وأنت تريد أن تكون قادراً على الإجابة عليه.

وإذا كنت المتحدث على العشاء في مؤتمر طوال اليوم أو نصف اليوم، وكان جدولك يسمح بحضور الندوات السابقة أو جزء منها، فلتحضرها، فسوف يعطيك هذا إحساساً أفضل بالمنظمة وقضاياها. وربما تريد أن تعلق على شيء ما رأيته أو سمعته مما يزيد من مصداقيتك.

حاول أن تقوم بتدريب أخير، أو تخرج لنزهة سريعة في يوم الحديث. فالتمرين سيساعدك على الهدوء.

الفصل ٦

وقت العرض

وأخيراً، يحين وقت حصاد ثمرة الإعداد والتدريب. ولكن هذا ليس وقت اللامبالاة. فمازال هناك الكثير من العمل لتكلل مجهودك بالنجاح.

المظهر

إن التواصل الفعال يتضمن خمسة عناصر: المظهر، وتعبيرات الوجه، واللغة الجسدية، وتنويع الصوت، والمعلومات. وقد أوضحت الدراسات أن ٩٣٪ من التواصل غير لفظي. وهذا معناه أن مظهرك وصوتك وطريقة دخولك في الموضوع مهمة جداً. (شكل ٢٢). وهذه العناصر الخمسة تلعب دوراً رئيسياً في تحديد مدى تأثيرك سواء للأفضل أو للأسوأ. إن جزءاً بسيطاً جداً من الانطباع الذي تتركه لدى الجمهور يعتمد على ما تقوله، سواء كنت تبيع شيئاً ما أو تلقي تقريراً، أو تطلب دعماً مالياً، أو تجادل لجنة لتقسيم المناطق، أو تحدث جمهوراً من خلال التلفزيون أو الراديو.

وهناك مثال قديم ولكن ممتاز على هذه الحقيقة، وهو أول حوار رئاسي مسجل بالتفزيون بين جون كينيدي وريتشارد نيكسون في ١٩٦٠ باستديو تلفزيون دبليو بي بي إم بشيكاغو. كان نيكسون مرهقاً وتبدو في عينيه الرغبة للاسترخاء ورفض أن يستخدم المكياج وعقد حاجبيه (مما جعله يبدو غاضباً في أسوأ الأحوال وغير ودود في أحسن الأحوال) وظهر عليه العرق وكان ينتقل من ساق لأخرى كثيراً (وكانت إحدى قدميه مصابة في الأسبوع السابق) وكان يرتدي حلة بنية داكنة اللون (والخلفية فاتحة اللون) مما جعله غير مؤثر. أما كينيدى، فكان أنيقاً وضارباً للسمرة، ويرتدي حلة داكنة، مما جعله يبدو محترفاً ولائقاً. وكان مبتسماً وبدا واثقاً من نفسه. وكانت هناك كاميرتان لتغطية الحوار. وكان

المعتاد في ذلك الوقت أن تركز الكاميرتان على المتحدث. ولكـن في هـذا اليـوم وللمـرة الأولى كانت إحدى الكاميرتين تركز على المتحدث والأخرى على المستمع. وكان كينيدي يعــرف ذلك ولكن نيكسون لم يكن يعرف ذلك. وحين كانت الكاميرا تنقل صورة نيكسون، لم يكن ينظر لكينيدى وكان يبدو ضجراً إلى حد ما. وحين كانت الكاميرا تأتي على كينيدي، كنـا نراه مبتسماً وينظر إما لكينيدي وإما لجمهور الاستديو.

الشكل ٢٢: ٩٣٪ من التواصل غير لفظي.



وحين انتهى الحوار أظهر الاقــتراع أن مشـاهدي التلفزيـون رشحـوا كينيـدي بينمـا فضـل مستمعو الإذاعة نيكسون. حين رأى الناس نيكسون، لم يحبوه. ولكن حين سمعوه، أحبوا ما سمعوه واحترموا قائله. وكانت هذه هي المرة الأولى في التاريخ التي ظهر فيهـا مثـل هـذا الانقسام في الرأي العام.

ربما تكون ذكياً للغاية ومتمكناً مـن موضوعـك جـداً. ولكـن إن لم تبـدُ ودوداً –بوجـه غـير مبتسم ولم تتواصل بالعين مع الجمهور ولم تتحدث "معه"– فإن الجمهور لن يستمع لك.

وحتى تتجنب الظهور بمظهر المشتت العصبي، انتبه للسلوكيات التالية:

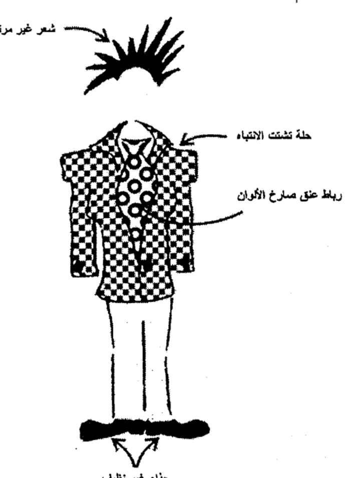
- التأرجح والاهتزاز والمشي للأمام والخلف.
- الطرق بالأصابع على المنصة أو على حامل الأوراق.

- إطالة النظر في السقف أو الأرض أو مفكرتك.
- العبث بعملات معدنية في جيبك.

ارتدِ ملابس مناسبة

ارتدِ مثل ملابس جمهورك، أو أفضل قليلاً. إذا كان جمهورك يرتدي الملابس الرسمية، يجب أن ترتدي الملابس الرسمية. إذا كنت تتحدث في مكان غير رسمي في منتجع والجميع يرتدي ملابس عادية، فلترتدِ الملابس العادية، ربما مع زيادة معطف. وإذا كنت تتحدث لأصحاب بنوك أو محامين، فلترتدِ أفضل ملابسك. وإذا كنت تتحدث إلى منفذي إعلانات أو مصممي أزياء، فمن الممكن أن تكون أكثر إبداعاً. ولكن الأهم من هذا كله ألا تجذب ملابسك انتباه الجمهور بعيداً عن موضوعك.

الشكل ٢٣: لا يهم ما تقوله فملابسك تقول أكثر.



أحد رؤساء الشركات بواشنطن كان يعد نموذجاً لأحدث صيحة. وكان دائماً يرتدي أحدث الأزياء والأقمشة والألوان، رغم أنه صاحب مشروع صغير ناجح ولكن غير متوسع لبيع قطع غيار السيارات. ووجد أن ملابسه منفرة فقرر أن يرتدي مثل عملائه، وفي الحال استطاع أن يجذبهم إليه.

يجب على كل المتحدثين أن ينظروا في المرآة قبل الحديث للتأكد من أن شعرهم مرتب ولا يخفي الوجه وأن رباط العنق والإكسسوارات الأخرى مضبوطة. يجب أيضاً أن يتأكدوا من أنهم لا يرتدون أي شيء قد يشتت انتباه الجمهور. إذا كنت ترتدي رابطة عنق باهرة الألوان أو وشاحاً صارخاً أو قرطاً متدلياً أو شارة عليها كتابة أو كان مظهرك مهملاً، فإن كثيراً من الحاضرين سوف يشتتون، وسوف يفوتهم بعض أو كل ما تقوله.

إنك تريد أن تكون في أفضل صورك. دع الجمهور يراك أنت وليس ملابسك. ولأن معظم العروض التقديمية يقوم بها أناس يرتدون الملابس الفاخرة، فإليك بعض الإرشادات:

الملابس الفاخرة

- معطف خفيف أو حلة نظيفة مكوية (زرقاء أو رمادية داكنة وليست سوداء).
- قميص أبيض طويل الأكمام (الفواتح مثل الرمادي الفاتح والأزرق الفاتح تكون أفضل في حالات التصوير التلفزيوني لكي لا تكون باهتاً أمام الكاميرا).
- رابطة عنق حمراء داكنة أو حمراء مقلمة أو معتدلة (غير مبهرجة الألوان).
- جورب طويل (فالناس، وخاصة النساء، يشمئزون حين يرون جزءاً من الساق بين الجورب والبنطلون).
- حذاء أسود أو بني لامع بنعل مرتفع (تذكر صورة أدلاي ستيفنسون ١٩٥٢ بفتحة في حذائه وصورة مماثلة لبيل كلينتون في ١٩٩٢!).
- ساعة وخاتم، إذا كنت ترتدي خاتماً، ولا حلية أخرى –لا دبوس في رابطة العنق أو السترة أو شارة عليها الاسم– أو شيئاً قد يجذب الانتباه إليه.

وغلق المعطف أو فتحه يتوقف على ما سيجعل الياقة مستوية. أما ارتداء الصديري، فسيجعلك أضخم بضع كيلوات.

الوصول لمكان الحديث

إن حديثك يبدأ بالنسبة لبعض المستمعين بمجرد وصولك إلى مكان إلقائه. يجب أن تعرف أن الجمهور سيراقبك من هذه اللحظة. لا تنسَ أن تنظر في المرآة قبل أن تدخل وقبل أن تتحدث.

حاول أن تصل مبكراً لعدة أسباب:

- لتتأكد من أنك في المكان الصحيح، في الحجرة الصحيحة.
- لتتفحص الحجرة. تجول بالحجرة. انقل بعض الأثاث إذا كنت ترى وجوب ذلك. جرب وسائلك المساعدة البصرية لترى ما إذا كان من الممكن رؤيتها من كل جوانب الحجرة. إذا كنت تستخدم حاملاً للأوراق، فقف في وسط الحجرة وضعه إلى جانبك قليلاً. اكتب عليه كما ستفعل خلال العرض التقديمي ثم اتجه لمؤخرة الحجرة لتتأكد من أن ما كتبته يمكن رؤيته.
- لتتفحص تكييف الحجرة. ربما لا يعمل الجهاز وبهذا تحتاج هذا الوقت الإضافي لتعديل درجة الحرارة.
- لتتفحص أجهزة الوسائل المساعدة البصرية لتتأكد من أن كل الأجهزة التي طلبتها موجودة، وأن أسلاك الكهرباء سليمة، وأن تركيز الإضاءة في البروجيكتور جيد، وأن التليفزيون والفيديو يعملان، وأن شريط الفيديو مضبوط على الجزء الذي يتعين تشغيله عنده. أعطِ التعليمات النهائية للشخص الذي سيدير البروجيكتور أو جهاز الشرائح أو الفيديو إذا لم يكن أنت.
- لتتفحص المنصة وتعرف كيف تصعد إليها وتهبط منها.
- لتجرب الميكروفون وتتأكد من أنه يعمل، وتعرف كيف يعمل. هل تريد أن تفتحه وتغلقه؟ إذا كان الميكروفون على المنصة، فجرب صوتك لتعرف أين يمكن أن تضع فمك بحيث يسمعك الجمهور دون أن يظهر صوت أنفاسك. وإذا كنت ستعلق الميكروفون فابحث عن أفضل مكان يمكن تعليقه فيه (ميكروفونات القلادة تُعلق عند الزر الثاني في القميص). وإذا كان الميكروفون لاسلكياً فشغله، وضع

البطارية والسلك بجيبك (أو علق البطارية بحزامك) بمجرد أن تتسلم الميكروفون. ولكن تأكد من أنه مغلق. إنك لا تريد أن تعبث بالتوصيلات في اللحظة الأخيرة. تعلم كيف توصل الميكروفون بالكهرباء، وشغله حين تكون مستعداً للحديث.

- لتتفحص الإضاءة. إذا كنت تستخدم شرائح أو الأوفرهيد أو فيديو، فجربها مع إضاءة الحجرة (كلما كانت الحجرة مظلمة، ازداد ميل الجمهور للنوم). لا يجب أن تقف أمام شباك ينبعث منه ضوء كثيف (ستصبح كخيال الظل ولن يُرى وجهك بوضوح وسوف تفقد واحدة من أهم أدواتك الإقناعية وهي التواصل بالعين).
- لتتأكد من أن أقلام السبورة تكتب (إذا كنت ستستخدمها).
- لتجد نشراتك. إذا كنت قد أرسلت مجموعة من النشرات للمضيف لينسخها، فتأكد من أن هناك نسخاً إضافية. وإذا لم تكن هذه النشرات موجودة بالحجرة، فربما عليك أن تسأل عنها أو تذهب لنسخها بنفسك.
- لتتحدث مع الشخص الذي سيقدمك لتتأكد من أن لديه مقدمتك. وإذا لم يكن معه المقدمة، فأعطه النسخة التي أحضرتها معك.
- لتتحدث مع المضيف عن البرنامج أو الحدث، وعن مزاج الجمهور.
- لتنظر نظرة أخيرة في المرآة. إنك لا تريد أي شيء (رابطة عنق منحرفة أو شعر غير مرتب أو لطخة بوجهك) قد يلفت انتباه الجمهور.
- للالتقاء بالمتحدثين الآخرين.
- للالتقاء بأكبر عدد من الجمهور. بعض المتحدثين يقفون على الباب ويحيون الضيوف وهم يدخلون والبعض الآخر يتجولون ويلتقون بالأفراد الذين وصلوا مبكراً. وهذه طريقة لإقامة "صداقات" مع الجمهور لأنه من الأسهل أن تتحدث لوجوه مألوفة عن أن تتحدث لحجرة مليئة بالغرباء. كما أن هذا يساعدك على التخلص من بعض خوفك. كما أنه من الممكن أن تسمع بعض "المعلومات المحلية" التي يمكن أن تستخدمها في عرضك التقديمي.

احمل معك لمبة إضافية للبروجيكتور ونسخة إضافية من شريط الفيديو وقلمين للسبورة أو أكثر. وإذا كنت تتوقع أن يقع خطأ في شيء ما، فلتستعد لأسوأ ما يمكن أن يحدث مثل تقديم العرض دون وسائل مساعدة بصرية. ولكن هذا لن يحدث.

لا تراجع دفتر الملحوظات، أو تجلس وتفكر ما إذا كنت مستعداً بما يكفي، أو ما إذا كنت ستشعر بالضجر، أو ستتمنى أن ينتهي اللقاء. لأن عدم اطمئنانك هذا سيصل إلى المستمع، الذي سوف يتعجب منك أو على الأسوأ يشك فيك. والأفضل أن تركز على ما يجرى حولك وأي شيء ما عدا حديثك. لقد تدربت عليه وعرفته جيداً. ومراجعته قبل إلقائه مباشرة لن تفيدك وإنما ستجعلك أكثر عصبية.

تأكد من أن هناك كوباً من الماء ومنديلاً وقطعة كراميل لتليين الحلق على المنصة أو في المكان الذي ستلقي منه الحديث.

إذا كان لديك دفتر ملحوظات، فاحتفظ به وخذه معك إلى المنصة. فالمعروف أن الأوراق الموضوعة على المنصة قبل الوقت ترفع قبل وصول المتحدث الجديد.

إلقاء الحديث

النتائج الجيدة لا تأتي حين يشعر الناس أن الواقف أمامهم يقرأ لهم.
—تشارلز أوزجود

لقد كتبت حديثك، وتدربت عليه عدة مرات، وسمعته عدة مرات، وحفظت افتتاحيتك وخاتمتك، وتعرف كل شيء في الحديث. وحتى إذا كنت مرعوباً أو لديك مخاوف، فإنك جاهز للموقف. ابدأ كما كنت تبدأ في مرات التدريب العديدة: بابتسامة (أو على الأقل بوجه منفرج) وتواصل تام بالعين، لتؤسس علاقة مع المشاهد، واقفز إلى الافتتاحية.

عند الإمكان، اعرف حديثك جيداً بحيث تلقيه بدون دفتر ملحوظات. وبعض الخبراء يقولون إن وجود ورقة واحدة يضعف من المصداقية.

إن المتحدث الجيد يوصل سبع رسائل للمستمع:

١. لن أضيع وقتك (إنك تعرف – الدبليو آي آي إف إم "ماذا في ذلك لي؟").

٢. أعرف من أنتم ولماذا أتيتم إلى هنا (إنك تشبع حاجات الجمهور).

٣. إنني منظم (رسالتك واضحة).

٤. سوف ألقي حديثي بصورة حوارية ممتعة (حتى تستحوذ على المستمع).

٥. أعرف موضوعي (الجمهور يريد أن يستمع للخبراء والسلطات).

٦. إليكم أهم نقاط الحديث (إنك تدرك أن فهم الجمهور لرسالتك هي مسئوليتك).

٧. لقد انتهيت (أنت تعرف أنه عليك أن تربط كل ما قيل بخاتمة قوية يشعر معها الجمهور بأن الرسالة اكتملت).

لا تبدأ بالاعتذار عن أي شيء سوى التأخير. الاعتذار مضيعة رذيلة للوقت. لا تعطِ الجمهور شعوراً بأنك قليل الخبرة أو منعدم الخبرة بالحديث أمام جمهور، أو أنك لست في الواقع أفضل شخص في الحديث، لأن هذا سيجعل الجمهور ينصرف عنك ويتساءل عن سبب استماعه لك.

كان ونستون تشرشل يمعن النظر في الجمهور –فرداً فرداً– حين يتحدث!

إذا كان عليك أن تقرأ بعضاً من حديثك أو كله (إذا كنت مثلاً تلقي سبعة أحاديث في الأسبوع وليس لديك وقت للتدريب ولا تستطيع أن تحفظ الافتتاحية والخاتمة ولا تستطيع أن تلقي الحديث من مذكرة بالنقاط) فحاول على الأقل أن تتدرب في حجرة الاستراحة أو في السيارة حتى تكون أكثر ألفة مع حديثك. ضع خطاً تحت الكلمات التي تريد أن تؤكد عليها، وضع خطاً مائلاً أو اكتب "وقفة" في المكان الذي تريد أن تتوقف فيه. إن المتحدثين الذين لا يرون خطبهم إلا قبل إلقائها يبدون في الغالب على هذه الصورة –كما لو كانوا لم يروا هذا الحديث من قبل. وبالتالي لا يكون احترام الجمهور لهم واستماعه إليهم بقدر احترامه واستماعه لمن (يحترم الجمهور احتراماً كافياً بحيث) يجد وقتاً للتدريب.

يجب ألا يكون هدفك مملاً. تذكر ثلاثة أشياء ستساعدك كثيراً في إلقائك: التواصل بالعين، والابتسام أو الوجه المنفرج، والإحساس.

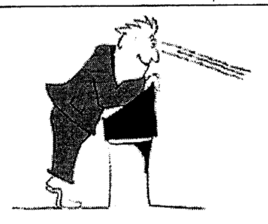
التواصل بالعين

إذا لم تستطع استخراج بترول في دقيقتين، فلتوقف هذا العمل الممل.
—جورج جيسيل - كوميديان

حاول أن تتواصل بالعين مع أكبر عدد من الجمهور. وحاول أن تتواصل بالعين ٩٠٪ من الوقت. إن التواصل بالعين (والإشارة والوجه المنفرج والإحساس) تساعد إلقاءك أكثر من أي شيء آخر تقوله أو تفعله. إن التواصل بالعين يؤسس علاقة إيجابية مع الجمهور ويظهر الثقة والصدق.

انظر إلى أفراد الجمهور في كل ناحية –في اليسار، واليمين، والوسط، والأمام، والخلف؛ انظر مباشرة في أعينهم– ليس في الجباه أو أعلى الرؤوس في الصفوف الخلفية (شكل ٢٤).

الشكل ٢٤: التواصل بالعين مهم جداً.



لا تنسَ أن تنظر لجمهورك بنسبة ١٠٠٪ من وقت الافتتاحية والختام. استخدم عينيك في إقامة روابط مع الجمهور.

وإذا كان عليك أن تقرأ حديثك، فإنك تستطيع الحفاظ على التواصل بالعين إذا كان حديثك مطبوعاً بخط كبير وتركت هامشاً بعرض ثلاث بوصات. وهكذا تنظر للحديث "فتلتقط عيناك صورة" لبضع سطور في آن واحد. وإذا كان عليك أن تقرأ أجزاءً مثل استشهاد طويل أو مادة تقنية معقدة، فلتعلم الجمهور بأنك ستقرأ شيئاً ما، وحاول أن تنظر للجمهور كلما أمكنك.

إن التواصل بالعين يعد وسيلة للحصول على تقييم من الجمهور بحيث تعرف دائماً مستوى أدائك.

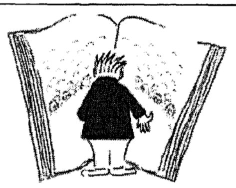
قراءة جمهورك

إنني لا ألوم من ينظر في ساعته حين أتحدث، ولكني ألوم من يهز ساعته ليتأكد من أنها تمشي.
—لورد بيركت (١٨٨٣-١٩٦٢)

حين تنتقل إلى موضوع الحديث ابدأ في قراءة جمهورك (شكل ٢٥). إنك تستطيع دائماً أن تقيم ما تفعله من خلال النظر للجمهور. فإذا كان المستمعون معتدلين في جلستهم وربما يميلون للأمام بعض الشيء وعيونهم يقظة وينظرون إليك باهتمام ويبتسمون وينصتون ويكتبون بعض الملاحظات، فإن عملك عظيم. إنك تفي بحوائجهم وتحتفظ باهتمامهم.

وإذا كانوا ينظرون في ساعاتهم أو للأرض أو للسقف أو يقرأون أو يرسمون أو يعبسون ويتثاءبون ويغفون وينامون أو ينصرفون، فالأمر ليس عظيماً! وهذا خطأك وليس خطأ المستمع. فليس الخطأ في أن المستمع قد نام متأخراً الليلة الماضية أو في كونه مشغولاً بشيء آخر. الخطأ في أنك لم تستحوذ على انتباهه.

الشكل ٢٥: اقرأ جمهورك حتى تتعرف على مستوى أدائك.



إذا شعرت بأنك تفقد مستمعك، تستطيع أن تجرب أشياء عديدة لتستعيده (ولكنه عمل عسير):

- كثف من تواصلك بالعين.

- كثف من إشاراتك، فإن ذلك سيكون أفضل في المشاهدة وسوف يساعدك على تنويع صوتك.
- أشرك المستمع: وجه له بعض الأسئلة واطلب منه التعليق على ما تقول.

إذا فقدت مستمعك ولم يجدِ شيء في استعادته، تخلص من الموقف بتلخيص بقية الحديث، ثم اقفز لخاتمتك، وأنهِ الندوة. ولتبحث بعد ذلك عن برنامج تدريبي في الحديث العلني.

أهمية الحيوية والفعالية

إن حديثك عبارة عن أداء. وحتى تكون فعالاً يجب أن تكون مسلياً، بمعنى الاستحواذ على اهتمام وانتباه المستمع. إذا كنت متحمساً وتفيض بالحيوية، فسوف يكون المشاهد أيضاً كذلك.

تحدث بوضوح، ولا تتمتم. تكلم وكأنك تعلن عن شيء. إذا لم تكن قادراً على ذلك أو كنت لا تتحدث بوضوح، فإنك تضيع وقت الجمهور. إن الجمهور سيستمع باهتمام لاستخلاص المعلومات إذا كانت لديك معرفة أو معلومات مهمة تنقلها. ولكنك ستجدهم يهربون إلى الرسم أو أحلام اليقظة إذا تطلب منهم الأمر مجهوداً كبيراً. لابد أن يكون الجمهور قادراً على سماعك وفهمك.

إن النبرة المناسبة ومقام الصوت وارتفاعه المناسب توجد بيئة إيجابية. إن إلقاءك مثل مقطوعة موسيقية، لابد أن تنوع السرعة وارتفاع الصوت. فالقطع الموسيقية لا تعزف جميعاً بنفس السرعة وشدة الصوت. إن ارتفاع الصوت المناسب والسرعة المناسبة تظهران الثقة.

إن التوقف أسلوب مؤثر في الحديث للجمهور. إنه يزيد من عظمة كلماتك ويتيح للمستمع فرصة لاستيعاب نقطة شيقة أو مهمة وللتفكير فيما سيأتي بعد ذلك ويتوقعه. توقف وأنت تلقي نقطة مثيرة أو رئيسية، أو قبل أن تقول جملة قوية.

لماذا لا يقف من يقول: "إنني لا أجيد الحديث العلني" عند هذا الحد، بدلاً من الدخول في عرض توضيحي لذلك؟

—فرانك ماك كيني هوبارد (١٨٦٨-١٩٢٠) فكاهي أمريكي

والكثير من المتحدثين عليهم أن يكتبوا الوقفات في عروضهم التقديمية حتى يتذكروا التوقف.

إن الوقفات هي أقيم شيء في الأحاديث العلنية.
سير رالف ريتشاردسون - ممثل

هناك أنواع عديدة من الاستمارات يتم ملؤها بعد أن يدفع المستخدم الرسوم (وقفة): مثل استمارات NDA الكاملة (وقفة) أو بعض الأجزاء من استمارات NDA (وقفة) واستمارات شهادة المضاد المبدئية (وقفة) واستمارات PLA و ELA (وقفة) وهناك منتجات أخرى لم يتم حصرها (وقفة) مثل ...

وسوف ينتظرك المستمع. كان الممثلان الكوميديان الراحلان جورج برنز وجاك بيني يستخدمان الوقفات بفعالية كبيرة.

التمساح لبيني: نقودك أم حياتك؟
(يقف بيني الذي يجسد شخصية البخيل وقفته المشهورة وظهره للتمساح وذراعاه متشابكان في صمت)
التمساح (يكرر وقد نفد صبره): نقودك أم حياتك؟
بيني (ببطء يلوي رأسه ناحية التمساح): إنني أفكر.

إن التوقف يتيح لك فرصة للتفكير ويتيح للمستمع فرصة لاستيعاب معلوماتك. إذا توقفت في الوقت المناسب في منتصف جملة قوية، فإن المستمع سينتظر بشغف لسماع ما سيأتي بعد التوقف.

التعامل مع المشكلات المحتملة

إليك بعض الأفكار للتعامل مع المواقف الصعبة التي ربما تقابلها:

- التلعثم: إذا تلعثمت في كلمة أو اثنتين، فلا تنظر للوضع على أنه مشكلة كبرى. إنك بشر، والجميع يتلعثمون. كل ما عليك هو أن تبطئ وتسترخي، وتقول الكلمة مرة أخرى بطريقة صحيحة، ثم تكمل حديثك. لن يتذكر أحد أنك تلعثمت في كلمة أو اثنتين.

حين تفقد الجملة التي ستقولها

إذا تلعثمت، يمكنك أن:

- تكرر الجملة الأخيرة للتأكيد.
- تتحدث بالتفصيل عن العبارة الأخيرة بحيث تضيف مثالاً أو حكاية تكون احتفظت بها خصيصاً لهذه المواقف.
- تلقي فكاهة أو قصة مناسبة.
- تلخص ما سبق.
- تقول إنك نسيت ما ستقوله وتنتظر لحظة لتتذكر.

- القاعات الكبيرة. تحدث بسرعة أبطأ مما كنت تتدرب عليها، لأن الكلمات ستستهلك وقتاً أطول لتصل لكل الحجرة.

- المقاطعة أثناء الكلام. هناك قاعدة سريعة وصعبة للتعامل مع المقاطعات مثل دخول المتأخرين والسعال وخروج البعض. إما أن تتجاهل هذا وإما أن تنتظر حتى ينتهي. وربما يكون من المناسب أن تحكي حكاية طريفة في خلال ذلك الوقت. وإذا كانت المجموعة صغيرة وهناك شخصان يتحدثان، فمن المناسب بالطبع أن تتوقف وتنظر لهما حتى ينهيا حديثهما، أو تستمر في الحديث وأنت تنظر لهما، أو تطلب منهما بظرف أن يتوقفا عن الحديث.

- كاميرات التلفزيون. لا تنظر لكاميرات التلفزيون. انسها وانظر للجمهور. إن الميكروفون دائماً على الهواء. فلا تقل شيئاً لا تريد أن تراه في الصحف، أو تسمعه في الراديو أو التلفزيون، أو يستشهد به أحد عليك.

إنني هنا لكي أتحدث، وأنتم هنا لكي تستمعوا. فإذا انتهيتم قبل أن أنتهي أنا، فلكم مطلق الحرية في الانصراف.
—أدلاي ستيفنسون

وإليك بعض النصائح والتحذيرات:

- لا تحفظ حديثك. ستبدو غير صادق.
- لا تترك المنصة بمجرد أن تختتم حديثك. انتظر للحظات والجمهور يصفق. إنه يعبر عن شكره لك، وأنت تعبر عن شكرك له. إنها لمسة جميلة. ثم اطوِ أوراقك وغادر المنصة. لا تحدث أي شخص يجلس أو يقف بجوارك واستمر في تواصلك بالعين مع المستمعين.
- أظهر حبك (الفكري) للمستمع ودعه يبادلك الحب. وإذا حدث ذلك، فاطلب من الحضور خطابات توصية، من الأفضل على مقر الشركة. اسأل أيضاً عن الأماكن الأخرى التي يمكن أن تلقي فيها نفس الحديث.

تذكر

- إذا أحببت جمهورك، فسوف يحبك.
- استمتع بوقتك، وسوف يستمتع المستمع بوقته.
- إذا كرهت (إلقاء) حديثك، فإن الجمهور سيكرهه أيضاً.
- إذا كنت تشعر بعدم الراحة، فإن المستمع سيشعر بنفس الشعور.
- إذا كنت تشعر بالملل، فإن المستمع سينام.

إن ديل كارنيجي ينصح المتحدثين بأن يتصرفوا كأنه لا يوجد مكان آخر في العالم أفضل من وجودهم مع جمهور يشاركهم معارفهم وخبرتهم.

طريقة جديدة للتعامل مع فقرة الأسئلة والأجوبة

إن فقرة الأسئلة والأجوبة تعد بنفس أهمية الحديث أو أهم. إن صوتك ونظراتك وطريقة إجابتك على السؤال قد تعظم حديثك أو تهدمه. إنك تريد أن يبقى كل فرد في الجمهور متيقظاً ومنتبهاً كما كان في فترة العرض (شكل ٢٦). ونفس قواعد التواصل بالعين وانفراج الوجه والإشارة وإشباع حاجات واهتمامات الجمهور تنطبق على كل لحظة في فقرة الأسئلة والأجوبة.

الشكل ٢٦: اجعل فقرة السؤال والإجابة جزءاً من عرضك التقديمي.



إن هدفك في كل حديث هو ترك انطباع جيد لدى المشاهد عنك وعن موضوعك ومنظمتك وصناعتك. وإذا تحدثنا في ضوء موضوع الحديث، فإن استقبال الأسئلة بعد الحديث قد يعرض هدفك للخطر. ماذا لو جاء السؤال الأخير سلبياً أو محايداً؟ بعد كل هذا العمل الشاق سيخرج المستمع وهو لا يشعر بأي شيء، بل قد يشعر بالغضب. ربما يكون الانطباع بعد ذلك انطباعاً سلبياً عنك وعن موضوعك وعن منظمتك وعن صناعتك.

لن يحدث هذا لو جعلت فقرة الأسئلة والأجوبة جزءاً داخل الحديث نفسه، بعد آخر نقطة وقبل الخاتمة، وهكذا تسيطر على آخر شيء سيسمعه الجمهور. أي إنك تلقي حديثك حتى ينتهي الموضوع بالنقطة الثالثة وأمثلتها ثم تقول شيئاً مثل:

لقد تحدثت كثيراً عن (موضوع الحديث). وأريد الآن أن أسمع رأيكم.

إن معظم الجمهور لا يكون مستعداً لفقرة الأسئلة والأجوبة قبل النهاية وربما لا يكونون جاهزين بالأسئلة. لا توجد مشكلة. إذا لم يرفع أحد يده، يجب أن يكون لديك سؤال تسأله لنفسك. قل مثلاً:

إن السؤال الذي يطرأ دائماً على الذهن حين نتحدث عن (موضوع الحديث) هو ______.

ثم أجب السؤال، وستجد الأيادي ترتفع بعد ذلك.

وإليك طريقة أخرى لإذابة الجليد. افتتح تد كوبل من أخبار الإيه بـي سـي فقـرة الأسـئلة والأجوبة حين كان يتحدث في معهد سميث سونيان هكذا: "لا أحد يريد أن يسأل السؤال الأول، فمن سيسأل السؤال الثاني؟" وانطلقت الأيادي.

وحين تجعل فقرة الأسئلة والأجوبة جزءاً داخل الحديث نفسه، فإنك تتجنب الإعلان عن آخر سؤال. إنك تقرر (في صمت) أي سؤال سيكون هو الأخير، ثـم تنتقـل للخاتمـة بعـده. وهكذا يكون آخر ما سيسمعه الجمهور هو خاتمتك حيث تخبرهم بما تريد منهم أن يفعلوه أو يفكروا فيه أو يشعروا به بعد سماعك. وإذا أديـت هـذا بـالصورة الصحيحـة، فسـتترك لدى الجمهور انطباعاً جيداً عنك وعن موضوعك وعن عملك وعن صناعتك.

لابد أن تكون مستعداً لفقرة السؤال والإجابة. إذا قدمت حديثاً قوياً، ولكنك فشلت في فقرة الأسئلة والأجوبة، فإن الانطباع الأخير الذي سيبقى عنـك هـو الانطبـاع السـلبي. إنـك لا تريد أن يوجه إليك سؤال لا تعرف كيف تجيبه بثقة.

ابدأ في التدريب على هذه الفقـرة الـتي قـد تعظـم أو تحطـم حديثـك بتوقـع ووضـع قائمـة بالأسئلة المحتملة. لا تفعل هذا وحدك. اطلب من معـاونيك أو آخريـن أن يضيفـوا بعـض الأسئلة لقائمتك. سوف يضعون أسئلة ممتازة لم تخطر على بالك مـهما كنـت متمكنـاً مـن موضوعك. وسوف تجد من بين الأسئلة تلك التي ستُسأل في الغالب، وتلك التي تحـب أن تُسألها، وتلك العسيرة التي تتمنى ألا توجه إليك.

ليكن هناك شخص يختبرك بأن يوجه إليك هذه الأسئلة. لابد أن تعرف الإجابة وتتـدرب عليها بصوت مرتفع. حاول أن تتدرب على فقرة الأسئلة والأجوبـة مـع عـدد مـن النـاس. دعهم يقذفونك بالأسئلة واطلب منهم أن تكون نبرتهم جافة.

وإذا كنت قلقاً بخصوص الأسئلة التي ستوجه إليـك، تسـتطيع أن تطلـب مـن مضيفـك أن يوفر مجموعة أوراق. واطلب من الشخص الذي يقدمك أن يعلن عن وجود أوراق لـمن يريـد أن يكتب سؤالاً. والجمهور لا يحب ذلـك، وخاصـة إذا كنـت مجـادلاً أو كـان موضوعـك جدلياً. ولكنها طريقة لتسيطر على الجزء المهم مـن عرضـك التقديمـي، لأنـك غـير مضطـر لإجابة كل الأسئلة.

تعلم كيف تنتقل من سؤال صعب إلى إحدى نقاط موضوعك. وفي الغالب ستجد نفعاً في عبارة "إن القضية هي ...". إذا سألك شخص عن كرة القدم وتريد أن تتحدث عن القيادة، فأجب على السؤال باختصار "أحب كرة القدم، ولكن القضية هي..." ثم ابدأ في الحديث عن القيادة.

وحين تجد الأيادي توقفت عن الارتفاع ولا يوجد أناس ينتظرون أمام الميكروفون أو حين تكون مستعداً، انتقل إلى خاتمتك. لا تسأل عمّا إذا كان هناك مزيد من الأسئلة. فإن هذا يجعلك ضعيفاً وتبدو كما لو كنت تتوسل. إنك أنت السلطة وتريد أن تغادر وأنت قوي. وسوف تجد دائماً أناساً يأتون لك فيما بعد، ويتحدثون إليك واحداً تلو الآخر.

بعض النصائح والمحاذير المهمة

١. استقبل أسئلة من كل الجمهور وليس من قسم أو اثنين فقط.

٢. استمع لكل سؤال دون انفعال، ثم أجب مباشرة وببساطة. إذا قلت إن سؤالاً ما جيد، فربما يخطئ المستمعون فهم هذا التعليق، كما لو كان بقية الأسئلة ليست كذلك.

٣. لا تسترخِ خلال فقرة الأسئلة والأجوبة. استمر في وقفتك المعتدلة والإشارة. تذكر أنك مازلت "تعمل".

٤. حين تجيب على سؤال، لا تركز بعينيك على الشخص الذي يسأل طوال الوقت. ابدأ وانتهِ بالنظر إلى صاحب السؤال، وبين هذا وذاك، انظر لبقية الجمهور. فالتركيز على صاحب السؤال وحده يستبعد بقية الجمهور.

٥. بعد الإجابة على سؤال، خذ سؤالاً آخر. لا تسأل صاحب السؤال "هل هذا ما كنت تسأل عنه؟" إذا لم تجب السؤال إجابة كافية، فإن صاحب السؤال سوف:

- لن يهتم بمزيد من التوضيح وفي هذه الحالة انتقل لسؤال آخر.
- يقول إنك لم تجب على سؤاله ويطلب منك أن تجيبه.
- يأتي لك بعد الندوة لمزيد من التوضيح.

٦. إذا كنت بحجرة كبيرة وعليك أن تعيد السؤال حتى يسمعه الجميع، فكرر الأسئلة الإيجابية كما هي. فإن هذا لن يتيح فرصة للجمهور لسماع السؤال وحسب ولكنه أيضاً سيتيح فرصة لك لترتيب إجابتك. حاول أن تضع السؤال السلبي في صورة إيجابية.

سؤال سلبي: متى توقفت عن ضرب زوجتك؟
الصياغة: لدينا سؤال هنا عن علاقتي بزوجتي.

سؤال سلبي: ألا تهتم بالمحصلة النهائية أكثر من اهتمامك بالأمن؟
الصياغة: لدينا سؤال عن سياستنا أو اتجاهنا نحو الأمن (أو المحصلة النهائية).

سؤال سلبي: لماذا يدخن الكثير من موظفيك؟
الصياغة: هذا الرجل يريد أن نتحدث عن موظفي الشركة والتدخين.

٧. تقبل التعليقات السلبية وحولها إلى إيجابية.

جملة سلبية: حصلت شركتك على الرقم القياسي في الشكاوى.
رد إيجابي: إنني لا أرضى أن تكون هناك شكوى واحدة، وقد تقدمنا في التعامل مع الشكاوى هذا العام.

٨. إذا سُئلت عن أي شيء تحدثت عنه في حديثك، أو كان السؤال تكراراً لسؤال أجبت عليه، فقل "لقد ناقشنا هذا بالفعل، يسعدني لو التقينا بعد الندوة وتحدثنا معاً في هذه النقطة". ثم انتقل إلى نقطة أخرى في حديثك، أو اتجه للناحية الأخرى من الحجرة، أو ابتعد بنظرك عن صاحب السؤال، وخذ سؤالاً آخر. وربما يتطلب هذا التصرف براعة. لا تتفاوض أو تسأل إذا كان تصرفك صحيحاً. افعله وحسب. إنك في موقع المسئولية.

٩. وحين تُسأل عن تهمة موجهة لك من مصدر غير محدد، فاسأل عن المصدر. وإذا كان صاحب السؤال لا يعرف المصدر أو لا يريد أن يعلن عنه، فقل إنك لا تدافع عن تهمة دون معرفة مصدرها، وإنه يسعدك مناقشة الموضوع معه بعد الندوة. ثم انتقل للسؤال التالي.

١٠. إذا سُئلت سؤالاً غير مناسب أو خارج الموضوع، فتقبل السؤال "هذا سؤال جميل لكن هذا ليس موضوعنا اليوم". ثم ادعُ صاحب السؤال للحديث في هذا الموضوع بعد الندوة "لنناقش هذا السؤال معاً بعد اللقاء". ثم انقل عينيك وخذ سؤالاً آخر.

١١. إذا سُئلت سؤالاً غير منظم، فتحدث عن إحدى نقاط حديثك أو قل أي شيء تريده، ثم انتقل لسؤال آخر.

١٢. إذا تحدث أحد الأشخاص فأطال في حديثه، فعليك أن توقفه بلطف وتطلب منه أن يحدد السؤال. وإذا لم يكن هناك سؤال، فلتقاطعه بعد خمس عشرة ثانية أو في

حدود ذلك، وقل شيئاً مثل "إنك تثير نقطة مهمة ولكن لدينا أسئلة أخرى. يسعدني أن نناقش معاً هذه النقطة بعد اللقاء". ثم حول نظرك وخذ سؤالاً آخر. إنك في موقع المسئولية وأنت لا تريد أن تضحي بكل جمهورك من أجل شخص واحد.

١٣. إذا سُئلت سؤالاً افتراضياً ("ماذا لو ...؟ "افترض أن ...")، فأجب عليه فقط إذا كان عن شيء تعرفه (مثلاً خطة لإخلاء حديقة في حالة الطوارئ).

لا تلعب دور المنجم. قل ببساطة: "إن السؤال افتراضي، ولا أحد يستطيع أن يرى المستقبل، ولكنني أعرف أن ...". ثم تحدث عن إحدى نقاط حديثك. وتستطيع أيضاً أن تقول "إنني أتعامل فقط مع الواقع، وأنا أعرف أن ...". ثم تحدث عن إحدى نقاط حديثك. ثم تحول بجسدك ونظرك إلى الناحية الأخرى من الحجرة، وخذ سؤالاً آخر.

١٤. إذا سُئلت عدة أسئلة، فلست مسئولاً عن تذكرها جميعاً. اختر سؤالاً وأجبه، ثم انتقل إلى شخص آخر لديه سؤال، أو اسأل صاحب السؤال الأول "ماذا كان سؤالك الآخر؟" إن الاختيار اختيارك. وفي الغالب سيكون صاحب السؤال قد نسي بقية أسئلته، وتستطيع أن تنتقل لسؤال آخر.

١٥. إذا سُئلت سؤالاً لا تعرف إجابته، فلديك عدة اختيارات: قل إنك لا تعرف الإجابة، ولكنك تعرف أين تجد الإجابة، وسوف تبحث عنها، وتجيب صاحب السؤال. أو قل إنك لا تعرف الإجابة، ولكن تعرف من لديه الإجابة، وأعطِ اسم ورقم هذا الشخص لصاحب السؤال. لا ترتجل إجابة، ولا تخف من قول لا أعرف.

١٦. استخدم مراجع أو دراسات لتدعيم إجابتك. "أظهر الاقتراع الأخير أن ...". فإن هذا يزيد من مصداقيتك.

١٧. احتفظ بهدوئك وتعقلك وإيجابيتك ومهارتك. لا تغضب ولا تجادل أي فرد من الجمهور.

اللجان

اللجنة الفعالة هي مجموعة من الناس تعمل معاً كفريق للوفاء بحاجات الجمهور. أما اللجنة غير الفعالة (أو الأقل فعالية)، فهي مجموعة من الأفراد لم يرَ أحد منهم الآخر، ولم يتحدث معه من قبل، ويجلسون معاً أمام الجمهور وكل منهم مشغول بنفسه.

وحتى تحقق مستوىً معيناً من ورح الفريق والمسئولية الجماعية، فمن المهم أن ينظم رئيس الجلسة لقاءً بين أعضاء اللجنة قبل الندوة كي "يلتقوا" ويحددوا دور كل منهم وترتيب المتحدثين (من يبدأ ومن يليه ... وهكذا). وسوف تكون اللجنة قادرة على الوفاء بحاجات الجمهور بصورة أفضل حين يعرف كل واحد منهم شيئاً عن الآخر. وإذا لم يفعل رئيس الجلسة ذلك أو لم يستطع، فليقم أحد أعضاء اللجنة بهذا الدور المهم.

من المهم أن تتأكد من أن ما كتب في البرنامج أو النشرة يعكس بوضوح ما ستتم مناقشته بالفعل. وإذا كنت تحدد حجم البرنامج، فقرر ما إذا كان كل عضو سيتحدث لبضع دقائق أو سيجيب فقط على أسئلة الجمهور و/أو رئيس الجلسة (وكل عضو يجب أن يحدد المجال الذي سيغطيه، إذ إنه من المحبط أن تسمع عضواً من اللجنة قبل أن تلقي حديثك).

وكرئيس جلسة، يجب عليك أن تعرف ما إذا كان أعضاء اللجنة سيتحدثون من مقاعدهم على المائدة أم من فوق المنصة. حدد شكل فقرة الأسئلة والأجوبة. هل سيجيب أعضاء اللجنة من مقاعدهم (أسهل الطرق) أم سيعودون للمنصة للإجابة على الأسئلة؟ إذا كان أعضاء اللجنة سوف يجيبون من مقاعدهم على المائدة، فتأكد من وجود ميكروفونات كافية. يجب أن يردد رئيس اللجنة كل سؤال.

تأكد من وجود شخص لتعليق اسم الندوة وأن هناك مقدمة لكل متحدث. لا تنسَ أن تكتب ملاحظاتك الخاصة (من الأفضل أن تقدم كل متحدث قبل حديثه مباشرة، بدلاً من أن تقدمهم جميعاً في البداية).

وكعضو في اللجنة، تأكد من الحجرة بمجرد وصولك وتفحص أجهزة الوسائل المساعدة البصرية إذا كنت تستخدم هذه الوسائل. وتحدث مع رئيس اللجنة والأعضاء الآخرين (سوف يعطي هذا للجمهور انطباعاً إيجابياً عنك) وإذا لم تكن هناك أوراق بعناوين الندوة، فحاول أن تحصل عليها أو تصنعها بنفسك.

لا تنسَ أن تنظر نظرة أخيرة في المرآة.

إذا لم يعرفك رئيس اللجنة بالشكل المناسب، فلتعرّف نفسك. حين يحين دورك، قدم نفسك واشرح سبب وجودك هنا. لا تنسَ الوقت المتاح لك. إذا كان الوقت المسموح لكل

عضو هو عشر دقائق، فلا تزد عليها ولو ثانية واحدة. بل الأفضل أن تأخذ تسع دقائق ونصف حتى تتيح وقتاً لفقرة الأسئلة والأجوبة. إذا كانت لديك إجابة على سؤال وُجه لأحد أعضاء اللجنة، فلا تخجل. اقفز في نهاية إجابته، وأضف إجابتك.

إذا كنت تختلف مع عضو آخر، فإن هناك طريقتين لتعرض رأيك. من الممكن أن تلتفت لهذا العضو، وتوضح اعتراضك، مما سيؤدي لمناقشة حامية. والطريقة الأكثر نضجاً للتعامل مع هذا الموقف هو أن تقول للجمهور إنك لا توافق "نحن في شركة RFT لا نتفق مع السيد/ جونز. إننا نرى ...". وعبر عن موقفك. وبالرغم من أن الجمهور يحب المناقشات الحامية بين أعضاء اللجنة، فإن ذلك لن يجعل أيكما يبدو محترفاً.

حتى تترك انطباعاً جيداً لدى الجمهور عنك وعن موضوعك وعن منظمتك وصناعتك، رتب مسبقاً أن يكون هناك دقيقة أو دقيقتان لك ولأعضاء اللجنة لتقولوا فيها الكلمة الأخيرة.

النشرات

إذا أردت توزيع حديثك على الجمهور، فاطبعه بمسافة مضاعفة، مع ترك مسافة في بداية الفقرات على ورق ٨,٥٠ × ١١، مع ترقيم الصفحات وتدبيسها معاً. عرّف حديثك في الصفحة الأولى بكتابة اسمك، وعنوان الحديث، واسم المجموعة التي تتحدث إليها، واسم المدينة، وتاريخ إلقاء الحديث. أنهِ كل صفحة بنقطة.

إذا كان المستمع لا يحتاج إلى حديثك المطبوع أثناء إلقائه، تستطيع أن توزعه بعد أن تنتهي. وإلا فسوف تتحدث إلى رؤوس الحاضرين وهي مائلة لأسفل تقرأ الحديث بينما أنت تتكلم.

إذا كنت تستخدم وسائل مساعدة بصرية، مثل الشرائح والأوفرهيد، تستطيع أن تصنع منها نسخاً ورقية وتوزعها. أحياناً يتم توزيع هذه النشرات قبل العرض. وبهذا يستطيع المستمع أن يكتب ملاحظاته.

وهناك لمسة لطيفة، وهي أن تقف على الباب حيث يغادر المستمعون وتعطيهم النشرة. انظر في عيونهم، وصافحهم، وابتسم، وقل إنك سعدت بهم. فإن هذا يترك لديهم انطباعاً أخيراً رائعاً.

خاتمة

عناصر العرض التقديمي الرائع

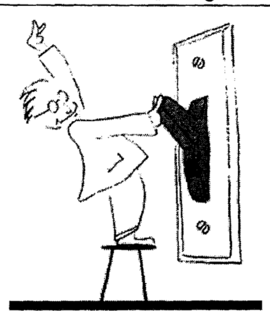
١. هدف واضح
٢. افتتاحية عظيمة
٣. متن تسهل متابعته
٤. وفرة من الأمثلة و/أو القصص
٥. خاتمة رائعة
٦. الفواصل
٧. جمل من عشرين كلمة أو أقل
٨. زي لائق
٩. تواصل بالعين من ٩٠٪ إلى ١٠٠٪ من الوقت
١٠. وجه منفرج
١١. الإحساس بالموضوع
١٢. فقرة الأسئلة والأجوبة

اضغط على زر الموضوع لتبدأ في العمل (شكل ٢٧). يجب أن تحس بموضوعك، وتظهر إحساسك واهتمامك. إنك تريد أن يبدو الأمر كما لو كان لا يوجد مكان في العالم تفضل أن تكون فيه أكثر من وجودك مع المستمعين، حيث تشاركهم ما لديك من المعرفة والخبرة.

ادرس الخطباء والمتحدثين الآخرين لتتعلم منهم. ركز على طريقتهم في سرد القصص، والتأكيد على الكلمات المحورية، وتنويع أصواتهم، وإشاراتهم، وتنظيم إيقاعهم.

ابتسم، إذا كان هذا مناسباً، أو اجعل وجهك منفرجاً، واستخدم الإشارات، وتواصل بالعين بقدر الإمكان. كن عاطفياً ومتحمساً ومسلياً وشغوفاً. فإذا لم تكن كذلك فإن المستمع لن يفعل أو يفكر أو يشعر بأي شيء تريده أن يفعله أو يفكر فيه أو يشعر به

الشكل ٢٧: اضغط على زر الموضوع لتبدأ في العمل.



يمكنك أن تتعلم كيف تكون متحدثاً جيداً. تستطيع أن تتكلم بفخر وبقناعة وبمحاولة للإقناع. يمكنك أن تكون متحدثاً قوياً وحساساً وبارزاً ومتحمساً وموثوقاً به ومسيطراً وفعالاً. ولكن عليك أن تعرف موضوعك وتكون واضحاً في هدفك. لابد أن تعرف لمن تتحدث. ولابد أن تتدرب. فكر في الظهور العام كفرصة ذهبية وليس كعبء.

إذا اتبعت هذه النصيحة، فستشعر بالنجاح والعظمة في نهاية عرضك التقديمي التالي حين يصفق الجمهور ويقول "أحسنت".

الخطوات العشر للعرض التقديمي العظيم

١. حدد غرض أو هدف العرض التقديمي، ما الذي تريد المستمع أن يفعله. اكتب هدفك في جملة من عشرين كلمة أو أقل.

٢. اعرف عن المستمع كل ما يمكن أن تعرفه من معلومات.

٣. ابحث في موضوعك. ثم ابدأ في تنظيم مادتك بحيث يسهل تتبعها.

٤. اكتب خطة تمهيدية لعرضك التقديمي. اكتب الأفكار أو النقاط الثلاث التي تريدها. دوّن أفكارك حول الأمثلة والقصص والحكايات لتوضيح نقاطك.

٥. اكتب الافتتاحية واجعلها مثيرة. ثم اكتب الفاصلة للنقطة الأولى.

٦. اكتب الخاتمة، ولتكن رائعة.

٧. اكتب بقية الفواصل في الخطة التمهيدية: من النقطة الأولى للنقطة الثانية، ومن النقطة الثانية للنقطة الثالثة، ومن الثالثة لفقرة الأسئلة والأجوبة، ومن فقرة الأسئلة والأجوبة للخاتمة.

٨. اكتب العرض التقديمي كاملاً.

٩. أعد الوسائل المساعدة البصرية، بعد أن تكتب العرض التقديمي وليس قبله.

١٠. استخدم خطوات التدريب الخمس. في الخطوة الثالثة تدرب باستخدام الوسائل المساعدة البصرية. وفي الخطوة الخامسة تدرب على الأسئلة والأجوبة.

A WorkSmart Book

HOW TO GIVE A TERRIFIC PRESENTATION

Karen Kalish

American Management Association

سلسلة العمل بذكاء

سلسلة العمل بذكاء هي مجموعة رشيقة وحديثة من الكتب، وضعتها الجمعية الامريكية للإدارة AMACOM لن تستفيد من قراءة هذه الكتب فقط وإنما يمكنك أن تكتسب الخبرة من التدريبات والأساليب الفنية المعروضة فيها كذلك.

كيف تجري عرضاً تقديمياً رائعاً

كارين كاليش

ما يقوله المتخصصون عن هذا الكتاب:

«لقد حولتني كارين كاليش إلى متحدث أفضل كثيراً. وهذا الكتاب ـ الذي يحتوي على خلاصة فكر كالين ـ سيفعل نفس الشيء بك!».

كيفين ماني، محرر تقني في جريدة USA Today

«يتميز هذا الكتاب بثلاث مزايا: الأولى أنه يحتوي على معلومات غزيرة ومسلية، والثانية أنه يبعث فيك الثقة للتفوق، والثالثة في أنه يزيل عنك الملل والرغبة في التأجيل. لقد صاغت كارين كاليش أسرار النجاح بجدارة».

جوزيف كيرني، رئيس شركة U.S. Generating Company

«هذا الكتاب ضرورة لكل المتحدثين العلنيين الذين يريدون أن يحوزوا إعجاب الجمهور. إن الأساليب التي تذكرها كارين في الكتاب تعمل بالفعل!».

إديث جاريت، رئيس شركة International Fresh-Cut Produce Association

«هذا الكتاب سيحول حديثك العصبي والمرتعد والمليء بالوقفات غير الضرورية إلى حديث شيق وجذاب ومثير للانتباه. هذا الكتاب ضرورة لا غنى عنها لكل من يُلقي أحاديث علنية».

روث كرون، مدير تنفيذي في شركة Metropolitan Washington Counceil of Governements

كارين كاليش محررة تحقيقات سابقة في محطة ABC-TV في شيكاغو، ومحطة CBS-TV في واشنطن العاصمة. ترأس كارين حالياً شركتها الخاصة Kalish Communications في واشنطن العاصمة، وهي تعلم عملاءها كيف يكتبون ويلقون الأحاديث ويجرون العروض التقديمية المتميزة التي تجعل الجمهور متيقظاً ومنتبهاً.

سلسلة العمل بذكاء

هذه السلسلة تتكون من كتب عملية تساعدك على بناء المهارات اللازمة، وتحسين قدراتك. كل كتاب في هذه المعلومات الأساسية والمفاهيم الرئيسية لمهارة أو موضوع معين. وسلسلة العمل بذكاء لا تكتفي بشرح الموض تبين لك أيضاً كيف تقوم بها بنفسك وذلك عن طريق الاختبارات الذاتية، والتعريفات، ودراسات الحالة، اكتساب مهارة جديدة، أو صقل مهاراتك القديمة، أو إلى زيادة آفاق مستقبلك المهني، فإن سلسلة العمل با المناسبة لك.

إصدارات أخرى من سلسلة العمل بذكاء

العمل مع ذوي الطباع الصعبة
كيف تتحدث وتستمع بفعالية
قوة الإعتزاز بالنفس
بناء فريق عمل ناجح
كيف تصبح مفاوضاً ناجحاً

تسوية الخلافات في العمل
أساسيات إدارة الوقت
فن إجراء المقابلات الشخصية
إدارة الضغوط من أجل النجاح
أساسيات إدارة الجودة الشاملة

المدير الجـ
كيف تهتم بموظف
السيطرة على تراكم المعلومات
كيف توازن بين عملك.. واسرتك
أساسيات إعداد الموازنة
كيف تقيّم موظفيك بفعالية

